

การจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

นางสาวชนที จันทโชติ

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “การจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” คือศึกษาการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกในปัจจุบัน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจากประชากรวิจัยตัวอย่างจำนวน 220 ราย ผู้วิจัยได้ตั้งกรอบแนวคิดในการทาวิจัย ซึ่งมีตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง (สถานะเศรษฐกิจ, คู่แข่งขัน, เทคโนโลยี, การเมืองและกฎหมาย, สังคมและประชากร) ในส่วนของตัวแปรตามนั้นมีหัวข้อ คือ “การจัดการการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีก” ซึ่งมีหัวข้อย่อยหลักประกอบไปด้วย (ด้านสร้างจิตสำนึกถึงความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง, ด้านสร้างแนวร่วมในการเปลี่ยนแปลง, ด้านสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์, ด้านการติดต่อสื่อสารวิสัยทัศน์, ด้านกระจายอำนาจและแนะนำแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง, ด้านสร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ, ด้านสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ต่อเนื่อง, ด้านรักษาสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ประกอบด้วย ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย แบบวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

คำสำคัญ : การจัดการการเปลี่ยนแปลง, การเปลี่ยนแปลง, ธุรกิจร้านค้าปลีก

ABSTRACT

The researcher aims to study "Change Management of the Retail Business in the Municipality Muang Nakhon Pathom" is to study the changes in retail business operations at present. And study the factors affecting the change of the retail store business In the in the Municipality Muang Nakhon Pathom. And organization The data was collected from a sample of 220 people. Researchers set a conceptual framework for research. The primary variables consisted of factors affecting change (economic conditions, competition, technology, politics and law, society and population). The dependent variable was subject to "Change Management", with the main sub-topics comprising. With (Building awareness of the need for change, building coalition for change, building vision and strategy, communicating vision, decentralization and guiding people concerned, building short-term goals and Rewarding success, creating continuous changes, maintaining permanent changes) Statistics used in data analysis are descriptive statistic analysis consisting of frequency distribution (Frequency), percentage value (Percentage, Mean, and Standard Deviation. Inference statistics consist of regression coefficients. Multiple Regression Analysis (MRA).

Keywords: change management, change, retail business

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากปัญหากำลังซื้อกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางลงต่ำ ที่ต้องอาศัยรายได้จากผลผลิตภาคเกษตรซึ่งยังคงมีกำลังซื้อที่อ่อนแออยู่ และรอการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐผ่านมาตรการต่างๆ รวมถึงหนี้ครัวเรือนที่ยังไม่มีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกในปี 2562 ที่ผ่านมามีสัญญาณการหดตัวขึ้นในทุกหมวดสินค้า ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ GDP ทั้งประเทศตลอดปี 2562 ธุรกิจร้านค้าปลีกที่ประกอบกิจการในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ก็ได้รับผลกระทบจากตรงนี้เช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้วิจัยได้มีการจัดการจำแนกหัวข้อได้ดังนี้ 1. ด้านสร้างจิตสำนึกถึงความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง 2. ด้านสร้างแนวร่วมในการเปลี่ยนแปลง 3. ด้านสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ 4. ด้านการติดต่อสื่อสารวิสัยทัศน์ 5. ด้านกระจายอำนาจและแนะนำแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง 6. ด้านสร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ 7. ด้านสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ต่อเนื่อง 8. ด้านรักษาสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกในปัจจุบัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และเพื่อศึกษาสมมติฐานของการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง จากการเปลี่ยนแปลงธุรกิจร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

สมมติฐานของการวิจัย

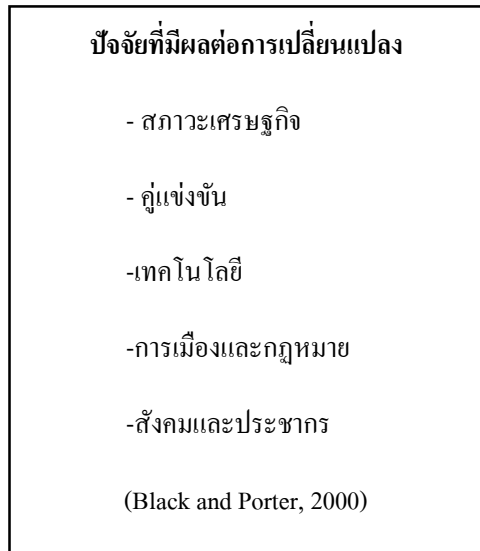
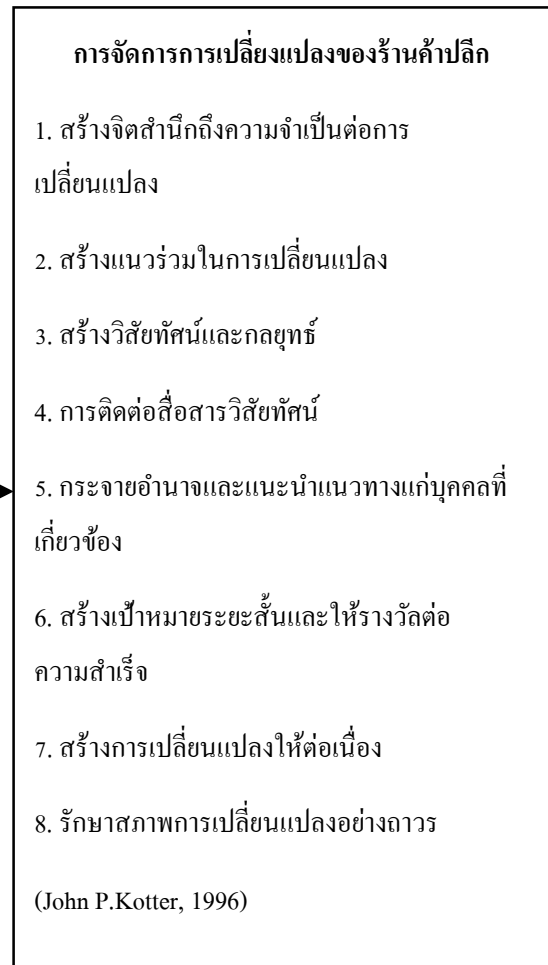
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกมีการจัดการการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัยการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่จดทะเบียนธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 490 ราย ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 217 ราย โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย คือ

1. ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้น (Independent Variables) ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ, คู่แข่งขัน, เทคโนโลยี, การเมืองและกฎหมาย, สังคมและประชากร

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การจัดการการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีก

ตัวแปรต้นตัวแปรตาม**วิธีการดำเนินการวิจัย**

วิธีการและขั้นตอนการดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้ดำเนินการสร้างตามลำดับขั้นตอนดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสำรวจการจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก
2. ศึกษาและวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก

3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนด เป็นกรอบแนวคิด (Framework) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสำรวจการจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก
4. สร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้
5. นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity)
6. นำคำแนะนำจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการปรับปรุง แก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้ และนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ประกอบด้วยคำถามแบบให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ สถานะเศรษฐกิจ คู่แข่งขัน เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย สังคมและประชากร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีก ได้แก่ สร้างจิตสำนึกถึงความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างแนวร่วมในการเปลี่ยนแปลงสร้างวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสารวิสัยทัศน์ กระจายอำนาจและแนะนำแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง สร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ สร้างการเปลี่ยนแปลงให้ต่อเนื่อง รักษาสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยบางส่วนได้รวบรวม จากเอกสารที่แจกด้วยตนเอง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จำนวนทั้งสิ้น 220 ชุด และนำกลับมาบันทึกข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงจำนวนร้อยละ ทาการประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for windows และ Microsoft Excel โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง มี 5 ระดับ คือ 1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, 5 = มากที่สุด ซึ่งทำการประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for windows และ Microsoft Excel โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแสดง ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง มี 5 ระดับ คือ 1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, 5 = มากที่สุด ซึ่งทำการประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for windows และ Microsoft Excel โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแสดง ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for windows และ Microsoft Excel ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อตามกรอบแนวคิดดังนี้ 1)ด้านสร้างจิตสำนึกถึงความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง 2)ด้านสร้างแนวร่วมในการเปลี่ยนแปลง 3)ด้านสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ 4)ด้านการติดต่อสื่อสารวิสัยทัศน์ 5)ด้านกระจายอำนาจและแนะนำแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง 6)ด้านสร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ 7)ด้านสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ต่อเนื่อง 8)ด้านรักษาสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร ด้วยสถิติ Regression ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย แบบวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรตาม (dependent variable) หนึ่งตัวแปรกับตัว แปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐาน หากทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้

ผลการวิจัย

แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 คน พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 36.8 ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกมาแล้ว 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.7

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมากที่สุด

ที่สุด เรียงลำดับดังนี้ ด้านสังคมและประชากร ($\bar{X} = 4.80$) ด้านสถานะเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.79$) ด้านคู่แข่ง ($\bar{X} = 4.75$) ด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 4.73$) และด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.70$)

แบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า การจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับดังนี้ ด้านสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์และด้านสร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.79$) ด้านสร้างแนวร่วมในการเปลี่ยนแปลง ด้านการกระจายอำนาจและแนะนำแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง และด้านรักษาสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร ($\bar{X} = 4.71$) ด้านสร้างจิตสำนึกถึงความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการติดต่อสื่อสารวิสัยทัศน์และด้านสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.68$)

ผลการวิจัยข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ พบว่าผลการวิเคราะห์มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .411 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) เท่ากับ .169 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R2) เท่ากับ .150 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (S.E.est) เท่ากับ .290 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ที่ส่งผลต่อการจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านเทคโนโลยี (X3) ด้านการเมืองและกฎหมาย (X4) ด้านคู่แข่ง (X2) ด้านสถานะเศรษฐกิจ (X1) และด้านสังคมและประชากร (X5) สามารถทำนายระดับการจัดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ร้อยละ 23.77 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้วพบว่าด้านสถานะเศรษฐกิจ (X1) และด้านเทคโนโลยี (X3) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย

1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่าด้านสังคมและประชากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนเน้นความสะดวกรวดเร็วและทันสมัย มากขึ้นและขนาดของครอบครัวที่เปลี่ยนมาเป็นขนาดเล็ก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป นิยมซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แทนการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใกล้บ้าน เนื่องจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านไม่สามารถ

ตอบสนองความต้องการในเรื่องของการซื้อสินค้าได้ แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบจุดเด่นของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ดังนั้นผู้ประกอบการ เสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ควรให้บริการที่เป็นมิตรหรือเป็นกันเองกับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เจ้าของร้านควรมีการแนะนำสินค้า เป็นต้น

2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่าด้านสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์และด้านสร้างเป้าหมายระยะสั้นและให้รางวัลต่อความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจาก ารประกอบธุรกิจค้าปลีกในยุคปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จนั้น ร้านค้าปลีกจำเป็นต้องมีการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ร้านค้าควรเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจในตัวธุรกิจและสมชกภายในร้าน แล้วนำมาใช้ปรับปรุงการบริหารร้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การจัดการและบริหารงาน ในเรื่องระบบบัญชีแบบง่าย ๆ สามารถทำเป็นรายรับ รายจ่าย เช็คยอดสินค้าเข้า และ ออก เพื่อรู้จำนวนที่แน่นอน และติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจต่างๆ อยู่เสมอ เพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น เช็คความพึงพอใจของพนักงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในร้าน ให้ Feedback พนักงานด้วยการให้รางวัล สร้างบรรยากาศในการทำงานให้พนักงานกล้าหาเล่นจกกับสิ่งใหม่ๆ มี Work Life Balance

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

1 ควรมีการศึกษาเพิ่มในส่วนของ ร้านแผงลอย ร้านบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ว่ามีผลอย่างไร สำหรับการจัดการการเปลี่ยนแปลงร้านค้า

2 ควรมีการศึกษาเพิ่มในส่วนของ เก็บข้อมูลของกิจการ และผู้ประกอบการที่เปลี่ยนประเภทธุรกิจ หรือเลิกธุรกิจร้านค้า ว่ามีผลอย่างไร สำหรับการจัดการการเปลี่ยนแปลงร้านค้า

เอกสารอ้างอิง

- Black, J. Stewart and Porter, Lyman W. (2000). *Management: Meeting new challenges*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice HallEduard-Ionel
- Kotter, John P. (1996). *Leading Change*. Boston: Harvard Business School Press.

