



แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ
บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

**MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS
IN THE AREA OF TALADTHAI, PHATHUMTHANI**

โดย

ณิชากา สายทอง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2556



**MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS
IN THE AREA OF TALADTHAI, PHATHUMTHANI**

**BY
NICHAPA SAITHONG**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT IN ENTREPRENEURSHIP
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

2013



วิทยาลัยรังสิต

แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

โดย

นิชากา สายทอง

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2556

รศ. สมจิตร ถ้วนจำเริญ
ประธานกรรมการสอบ

ศศ.ดร. รุจกานา แผงเกษร
กรรมการ

ดร. นกมล จันทร์สม
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ศศ.ร.ต.หญิง ดร. วรณี สุขศาสตร์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 ธันวาคม 2556



Thesis entitled

**MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS IN THE AREA OF
TALADTHAI, PHATHUMTHANI**

by

NICHAPA SAITHONG

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Management program in Entrepreneurship

Rangsit University
Academic Year 2013

Assoc. Prof. Somchit Luanthamroen
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Rujapa Peangkesorn, D.B.A.
Member

Nakamol Chansom, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

December 17, 2013

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ โดยเฉพาะท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ณกมล จันทร์สมที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ตลอดช่วงการทำวิทยานิพนธ์ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการรับฟัง แนะนำ และคอยแก้ไขทุกปัญหาถึงแม้ว่าจะอาจารย์จะมีงานยุ่งตลอดเวลา แต่ไม่เคยเลยที่จะปฏิเสธในการขอความช่วยเหลือในทุกๆเรื่อง, ขอขอบพระคุณพี่ตาล ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ตลาดไท ที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน ให้การแจกแบบสอบถามสามารถดำเนินการไปได้และเป็นไปด้วยดี ไม่เช่นนั้นวิทยานิพนธ์เล่มนี้คงไม่สามารถสำเร็จลงได้

กราบขอบพระคุณคุณพ่อเมธี สายทอง, คุณแม่คาร์ณี สายทอง, คุณแม่ปวีณศิริ นาคทองอินทร์ และครอบครัว ที่คอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในทุกๆด้าน ทั้งในด้านสละเวลางานด้านการแจกแบบสอบถาม ด้านการเงิน และอื่นๆ โดยตลอดจนจบการศึกษา

ขอขอบคุณคุณสามี นายอัฐฐาที่ สายทอง ที่คอยช่วยเหลือทางเทคนิคต่างๆ คอยช่วยแจกแบบสอบถามและงานอื่นๆที่สามารถช่วยได้ คอยเป็นกำลังใจเสมอทั้งในช่วงการเรียนและในช่วงการทำวิทยานิพนธ์ จนสามารถสำเร็จการศึกษาไปพร้อมกันได้

และขอขอบคุณเพื่อนร่วมสาขาผู้ประกอบการ MM15 ทุกคน ที่ร่วมเรียน ร่วมแบ่งปันความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ดีๆที่ไม่สามารถหาได้จากที่ไหน คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจที่ดีเสมอ ตลอดจนงานวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง และสำเร็จการศึกษาไปได้ด้วยดี

ณิชากา สายทอง

ผู้วิจัย

5507848 : สาขาวิชา: การเป็นผู้ประกอบการ; กจ.ม. (การเป็นผู้ประกอบการ)

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, ผู้ประกอบการ

นิยาม สายทอง: แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท
 จังหวัดปทุมธานี (MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS IN
 THE AREA OF TALADTAI, PHATHUMTHANI) : อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ณกมล จันทร์สม,
 202 หน้า.

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการ
 กระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อ
 ศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจ
 ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี (3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะ
 ทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมในการ
 ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี และ(4) เพื่อศึกษาความแตกต่าง
 ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความ
 ต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

ระเบียบวิธีการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบ
 ธุรกิจบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 333 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง
 แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ผู้ทำการวิจัยได้เลือกจำกัดขอบเขตโดยเลือกเฉพาะอาคารและลานสินค้า
 ที่สำคัญ จำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมด แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2
 ระดับ คือ การเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เก็บกลุ่มตัวอย่างในทุกอาคาร/ลานสินค้า
 และ การเลือกตามที่มีอยู่ (Accident Sampling) เนื่องจาก ในแต่ละอาคาร/ลานสินค้า มีสัดส่วน
 จำนวนของผู้ประกอบการไม่เท่ากัน และใช้สถิติในการวิเคราะห์หาข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ
 การหาค่าความถี่ การหาค่าคะแนนเฉลี่ย การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมุติฐาน
 โดยมีการกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา ณิชาภา สายทองลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา On W

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เกิดจากแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดมากที่สุด (1) ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาทขึ้นไป และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในอาคารพาณิชย์ได้มากที่สุด (2) ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีแรงจูงใจมากที่สุดไปหาแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ปัจจัยดึงดูด ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน และ ปัจจัยผลักดัน (3) ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้แตกต่างกัน โดยความต้องการความสำเร็จมีผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการมากกว่าความต้องการอำนาจ

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ลายมือชื่อนักศึกษา..... ๘๖๔๓๓๐๖..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

Am W

5507848 : MAJOR: ENTREPRENEURSHIP; M.M (ENTREPRENEURSHIP)


KEYWORDS : MOTIVATION, ENTREPRENEUR

NICHAPA SAITHONG: MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS IN THE AREA OF TALADTHAI, PHATHUMTHANI. THESIS ADVISOR: NAKAMOL CHANSOM, Ph.D., 202 p.

The purpose of this research were to study (1) The motivation level of social action factor in business setting of entrepreneurs in the area of Taladthai, Phumthani. (2) The level's motivations factor in business setting of entrepreneurs in the area of Taladthai, Phumthani. (3) The different of demographic characteristics that affect to the motivation level of social action factor in business setting of entrepreneurs in the area of Taladthai, Phumthani. (4) The different of demographic characteristics that affect to the level's motivations factor in business setting of entrepreneurs in the area of Taladthai, Phumthani.

These sample groups of this research were entrepreneurs who operate in the area of Taladthai, Phumthani. The research instruments were questionnaire 333 sets and used Nonprobability Random Sampling. The researcher used Quota Sampling and Accident Sampling because the researcher collect information in every building or product yard where have the number of entrepreneurs inequality. Statistic used to analyze the data was descriptive statistics and compare means by statistically correlated with the procedures at 0.05 level of significant.

The findings of this research were that most of entrepreneurs have motivation from pull factor more than the others. (1) Most of entrepreneurs were woman, age 40-49 years old, married status, secondary education or lower, average income 30,001 – 50,000 and 50,001 – 100,000 per month, experience in business 6-10 years and the most collecting information in the commercial building. (2) Entrepreneurs have different motivation level of social action from the highest level to the lowest level were pull factor, ability factor and push factor. (3) Entrepreneurs have different motivation level of learned needs theory from the highest level to the lowest level were need for achievement and need for power.

Student's Signature.....NICHAPA SAITHONG.....Thesis Advisor's Signature.....

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	5
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.5 สมมุติฐานในการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
1.8 ระยะเวลาในการวิจัย	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำของสังคมหรือ ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม	53
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	56
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม	73
2.5 ประวัติตลาดไท	84
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	88

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	99
3.1 รูปแบบของการศึกษา	99
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	99
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	100
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	102
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	102
3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	103
3.7 สมมติฐานในการวิจัย	103
3.8 เกณฑ์การให้คะแนน	105
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล	106
3.10 การวัดระดับตัวแปร	107
บทที่ 4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	108
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	108
4.2 ผลการศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม	114
4.3 ผลการศึกษาระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้	120
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	124
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	169
5.1 สรุปผลการวิจัย	169
5.2 อภิปรายผล	171
5.3 ข้อเสนอแนะ	186
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	187
บรรณานุกรม	189
ภาคผนวก	197
ประวัติผู้วิจัย	202

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	ระยะเวลาในการวิจัย	10
ตารางที่ 2.1	ลักษณะของผู้ประกอบการ	62
ตารางที่ 2.2	เกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543	74
ตารางที่ 2.3	ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดย่อมและธุรกิจขนาดใหญ่	83
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ	108
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ	109
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	109
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษา	110
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	111
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ	112
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	114
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	115
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	120
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	122
ตารางที่ 4.13 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	124
ตารางที่ 4.14 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	125
ตารางที่ 4.15 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	126
ตารางที่ 4.16 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	127
ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยดึงดูด	128
ตารางที่ 4.18 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	129
ตารางที่ 4.19 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน	130
ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	131
ตารางที่ 4.21 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	132
ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างสถานภาพสมรสกับด้านปัจจัยดึงดูด	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.23	แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	134
ตารางที่ 4.24	แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	135
ตารางที่ 4.25	แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	136
ตารางที่ 4.26	แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน ปัจจัยดึงดูด	137
ตารางที่ 4.27	แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	138
ตารางที่ 4.28	แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	139
ตารางที่ 4.29	แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	140
ตารางที่ 4.30	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจ ด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	141
ตารางที่ 4.31	แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้าน ปัจจัยดึงดูด	142
ตารางที่ 4.32	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจ ด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	143
ตารางที่ 4.33	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจ ด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	144
ตารางที่ 4.34	แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของ แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด	145
ตารางที่ 4.35	แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของ แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับปัจจัยผลักดัน	147
ตารางที่ 4.37 แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน	148
ตารางที่ 4.38 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	149
ตารางที่ 4.39 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	150
ตารางที่ 4.40 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	151
ตารางที่ 4.41 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	152
ตารางที่ 4.42 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	153
ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	154
ตารางที่ 4.44 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	155
ตารางที่ 4.45 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	156
ตารางที่ 4.46 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	157
ตารางที่ 4.47 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	158

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.48 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจใน ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	159
ตารางที่ 4.49 แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจใน ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ	160
ตารางที่ 4.50 แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจใน ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ	161
ตารางที่ 4.51 แสดงผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับ ของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการ อำนาจ	162
ตารางที่ 4.52 แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการ ความสำเร็จ	163
ตารางที่ 4.53 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างระยะเวลาในการดำเนิน ธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้าน ความต้องการความสำเร็จ	164
ตารางที่ 4.54 แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ด้านความต้องการอำนาจ	165
ตารางที่ 4.55 แสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระยะเวลาในการดำเนิน ธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้าน ความต้องการอำนาจ	166
ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยดึงดูด ของผู้ประกอบการบริเวณตลาด ไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	172
ตารางที่ 5.2 เปรียบเทียบผลการวิจัย ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	173
ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยผลักดัน ของผู้ประกอบการบริเวณตลาด ไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	176

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 5.4	เปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนของ ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวน จตุจักร	178
ตารางที่ 5.5	เปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	179
ตารางที่ 5.6	เปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	181

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

สารบัญรูป

	หน้า	
รูปที่ 1.1	กรอบแนวคิดวิจัย	6
รูปที่ 2.1	กระบวนการเกิดแรงจูงใจ	15
รูปที่ 2.2	ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ส่งผลให้เกิดเจตคติของบุคคล	18
รูปที่ 2.3	Abraham Harold Maslow	30
รูปที่ 2.4	ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow	32
รูปที่ 2.5	Clayton P. Alderfer	36
รูปที่ 2.6	ERG Model	36
รูปที่ 2.7	เปรียบเทียบ ERG Model กับ Maslow's Hierarchy Needs	37
รูปที่ 2.8	Frederick Herzberg	39
รูปที่ 2.9	ทฤษฎีสองปัจจัย	40
รูปที่ 2.10	กรอบแนวคิดการจูงใจ	41
รูปที่ 2.11	David C. McClelland	42
รูปที่ 2.12	ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้	43
รูปที่ 2.13	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการขนาดย่อม	81
รูปที่ 2.14	พื้นที่ก่อนก่อตั้งตลาดไท	85
รูปที่ 2.15	ตลาดไทเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ	86
รูปที่ 2.16	อาคารพาณิชย์ในตลาดไท	86
รูปที่ 2.17	อาคารตลาดสดตลาดไท	87
รูปที่ 2.18	กองทุนรวมตลาดไท	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจไทยที่ยั่งยืนในอนาคตนั้น รัฐบาลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกว่า SMEs ของไทยให้สามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศได้ ปัจจุบัน ภาครัฐได้จัดหมวดหมู่ให้ SMEs ครอบคลุม ประเภทธุรกิจ 4 กิจกรรมสำคัญ คือ (1) กิจกรรมการผลิต (Production Sector) ซึ่งครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining) (2) กิจกรรมบริการ (Service Sector) (3) กิจกรรมค้าส่ง (Wholesale Sector) และ (4) กิจกรรมค้าปลีก (Retail Sector) นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้กำหนดนิยามของ SMEs โดยมีเงื่อนไขประกอบกัน 2 ประการ คือ จำนวนการจ้างงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร โดยในการพิจารณากำหนดขนาดจะเลือกเงื่อนไขที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนดขนาด เช่น ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises: SE) แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises: ME) หรือในทางกลับกัน จะถือว่ากิจการนั้นเป็น วิสาหกิจขนาดย่อม (SE)

ในการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า SMEs ถือเป็นกลไกสำคัญ ต่อการเติบโตของเศรษฐกิจหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน SMEs เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง SMEs ยังกระจายตัวไปในหลายสาขาการผลิต และเนื่องจาก SMEs ซึ่งเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนจำนวนไม่สูงมากนัก กิจการจึงมีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อนมากนักเมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ ส่งผลให้ SMEs มีความคล่องตัวในการบริหารธุรกิจและสามารถปรับตัวเข้ากับ สถานการณ์ทั่วไปได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น บทบาทของ SMEs จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศแต่เพียงเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชน ที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่

ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความเข้มแข็ง ต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลล่าสุด ณ สิ้นปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 2,781,945 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2,739,142 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.5 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดเล็กมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 2,724,902 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.9 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ โดยมีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคการขนส่ง ขยายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ มากที่สุด จำนวน 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคบริการ 1,035,089 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 511,015 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามจังหวัด พบว่า จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 541,257 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รองลงมาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 93,235 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 85,842 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยที่สุด คือ จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวน 5,518 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนวิสาหกิจสูงสุด คือ กิจกรรมการขนส่ง ขยายปลีกและซ่อมแซมยานยนต์ฯ มีวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,195,688 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ รองลงมาเป็นกิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 487,418 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 484,834 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ส่วนกิจกรรมโรงแรมและภัตตาคาร มีจำนวนทั้งสิ้น 305,495 ราย ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 304,919 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ

ในด้านการจ้างงาน SMEs ถือเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก โครงสร้างการผลิตจึงเน้นการใช้แรงงานเป็นสำคัญ โดยจำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในปี 2555 พบว่า กิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,623,747 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,430,521 คน รองลงมาเป็นกิจกรรมการขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซม ยานยนต์ มีจำนวนการจ้างงานมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,375,277 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,908,916 คน ส่วนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนการจ้างงานน้อยที่สุดคือ กิจกรรมการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,585 คน โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) ทั้งหมด

SMEs เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดย SMEs มีบทบาทสำคัญในด้าน อื่นๆ อาทิ เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุนสร้างเสริมประสิทธิภาพ และเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ช่วยเชื่อมโยงภาคการผลิตต่างๆ จากการเป็นธุรกิจต้นน้ำ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ โดยการผลิตที่กระจายตัวไปยังภูมิภาค เป็นต้น

สถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน จะพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้นทั้งจาก ปัจจัยภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันที่สูงขึ้นจากจำนวน SMEs ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การดำเนินนโยบายของภาครัฐ เช่น นโยบายเพิ่มรายได้แรงงาน 300 บาท ซึ่งส่งผลให้ SMEs ที่มีอยู่และที่กำลังเข้ามาสู่ตลาดจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อยกระดับขีดความสามารถ ในการแข่งขัน และสร้างฐานของกิจการให้เข้มแข็ง ขณะที่ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกประเทศก็มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผล กระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และผลกระทบภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งเห็นว่า SMEs ไทยจะต้องอาศัยจุดแข็งจากความได้เปรียบของการเป็นฐานการผลิต สินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรกรรมรายสำคัญของโลก และการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อสร้างโอกาสและความเข้มแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

จะเห็นได้ว่า SMEs ไทยเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศอย่างแท้จริง จึงเป็นสาเหตุให้มีผู้วิจัยจำนวนมาก สนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ SMEs ไทยในแง่มุมต่างๆ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับ ผู้ประกอบการ ที่เชื่อมโยงกับทฤษฎีต่างๆ ในหลากหลายสาขาวิชา เช่นการศึกษาถึงผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการเข้าสู่ AEC การศึกษาถึงคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ การศึกษาวิชาเกี่ยวกับสาขาวิชาทางจิตวิทยาด้านแรงจูงใจในแง่ของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ทำวิจัยรู้สึกสนใจเกี่ยวกับแรงจูงใจของการเป็นผู้ประกอบการ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ และจากการศึกษางานวิจัยของสิรินาถ บัณฑิตมัง ในหัวข้อแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ปี พ.ศ. 2554 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยระดับที่มีระดับของแรงจูงใจมากที่สุด คือ บัณฑิตมัง ในด้านของความต้องการมีอิสระในการทำงาน ส่วนในด้านของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน แรงจูงใจที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ความต้องการความสำเร็จ ในด้านของความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ด้วยเหตุนี้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยต้องการทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลการวิจัยดังกล่าวว่า ระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจาก พ.ศ 2554 – 2556 อีกทั้งยังมีหลายปัจจัยที่เข้ามามีผลกระทบต่อ SMEs ในหลายด้าน เช่น การเข้าสู่ AEC การขึ้นค่าแรง 300 บาท ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก ฯลฯ ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ส่งผลให้ผลการวิจัยมีการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกผู้ประกอบการรายย่อย ในกลุ่มกิจการค้าปลีก ในบริเวณตลาดไท เนื่องจากตลาดไทเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นแหล่งกระจายสินค้าที่สำคัญและเป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการจำนวนมากกว่า 2,000 ราย โดยแบ่งเป็นอาคารและลานสินค้าต่าง ๆ กว่า 20 อาคาร/ลานสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกตามประเภทและชนิดของสินค้าในแต่ละอาคาร โดยผู้ทำการวิจัย จะทำการศึกษาผู้ประกอบการ โดยการสุ่มตัวอย่างจากทุก ๆ อาคารและลานสินค้า จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยจำกัดขอบเขต เลือกเฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญๆ จำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานีในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ

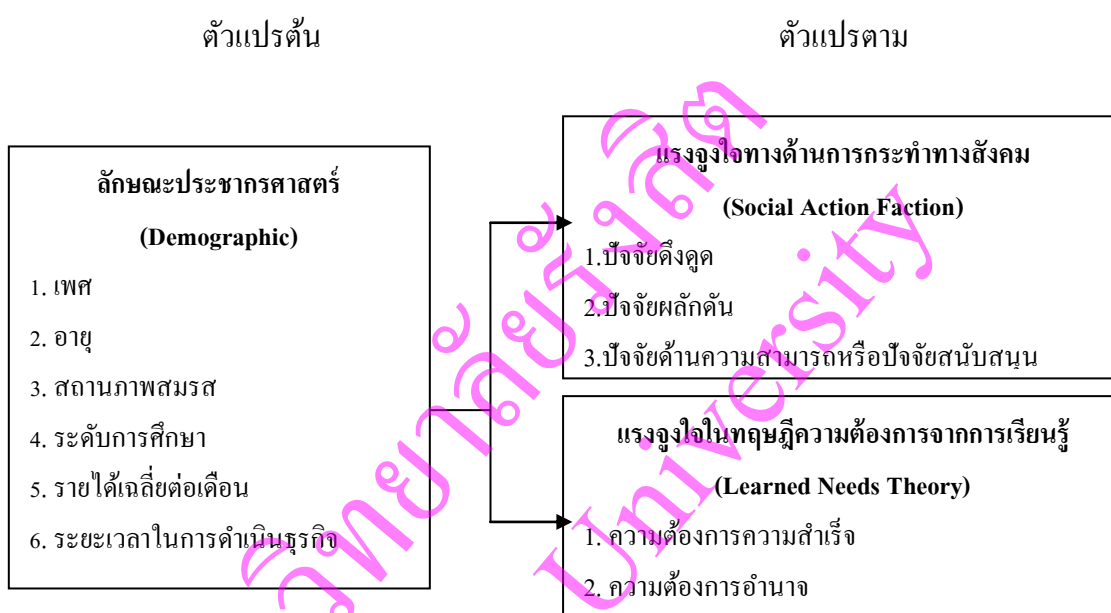
1.3.1.1 ตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการ

1.3.1.2 ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจทางการกระทำของสังคม (Social Action Faction) ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor) และแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และความต้องการอำนาจ (Need for Power)

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ บริเวณตลาดไท โดยการสุ่มตัวอย่างจากทุกๆอาคารและลานสินค้า จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยจำกัดขอบเขต เฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญๆจำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลเริ่มตั้งแต่ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 และเริ่มเก็บข้อมูลตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน – 7 กันยายน พ.ศ. 2556 โดยจะเก็บข้อมูลในทุกๆ วัน ช่วงเวลา 10.00 – 15.00 น.

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพแสดงให้เห็นว่า กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม (Social Action Factor) ของ รีคเดอร์ (Reeder, 1971: 121-126) และ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ของ เดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกมาเพียงแค่ 2 ใน 3 ทฤษฎีเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ และ ความต้องการอำนาจ เนื่องจากทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ตรงกับลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เหตุผลที่ไม่เลือกความต้องการความผูกพัน เนื่องจาก ความต้องการความผูกพันน่าจะเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นหลังการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแล้ว แต่งานวิจัยเล่มนี้ ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ นั้นเท่ากับว่า ศึกษาที่มาของแรงจูงใจก่อนตัดสินใจที่จะทำอะไรสิ่งหนึ่ง จึงเลือกมาเพียง 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

1.5 สมมุติฐานในการวิจัย

1.5.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่แตกต่างกัน ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.5.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดระดับของปัจจัยด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อวางแผนในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้งยังสามารถคาดคะเนการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยศึกษาจากผลการวิจัยด้านการกระทำทางสังคม กับ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการเกิดผู้ประกอบการรายใหม่

1.6.2 ทำให้ทราบถึงระดับของแรงจูงใจ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยในการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนที่จะตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการได้

1.6.3 ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการจูงใจบุคคลแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จะต้องใช้วิธีการจูงใจที่แตกต่างกัน โดยสามารถนำแรงจูงใจไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ซึ่งเมื่อปรับใช้แรงจูงใจกับบุคคลได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะทำให้ผลลัพธ์หรือแรงจูงใจที่ได้ออกมานั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.6.4 ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการที่เกิดจากการเรียนรู้ของแต่ละคนแตกต่างกันตามประสบการณ์ ในการจูงใจบุคคลในทฤษฎีนี้ จึงต้องใช้วิธีการจูงใจที่แตกต่างกันสำหรับการจูงใจแต่ละบุคคล ซึ่งเมื่อสามารถปรับใช้แรงจูงใจได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะทำให้ผลลัพธ์หรือแรงจูงใจที่ได้ออกมานั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ ในที่นี้หมายถึง แรงจูงใจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีแรงจูงใจในการประกอบกิจการของตนเอง โดยเกิดจาก ปัจจัยในด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ และปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ

1.7.2 ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่ในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.7.3 ตลาดไท (Taladthai) คือ ตลาดกลางสินค้าการเกษตร แห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ที่ จังหวัดปทุมธานี เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการมากกว่า 2,000 ราย โดยแบ่งตลาดออกเป็นสัดส่วน ตามประเภทของสินค้าที่หลากหลาย สามารถรองรับปริมาณสินค้าหมุนเวียนได้วันละกว่า 15,000 ตัน

1.7.4 การกระทำทางสังคม (Social action) ในที่นี้หมายถึง ทฤษฎีของรีดเดอร์ ว่าด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการกระทำทางสังคมว่ามีเหตุผลใดที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor)

1.7.5 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกสนใจในการเป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยในงานวิจัยเล่มนี้ ประกอบไปด้วย ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความรู้รอบตัว และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง

1.7.6 ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่มีแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ หรือแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท โดยในงานวิจัยเล่มนี้ ประกอบไปด้วย การถูกให้ออกจากงาน / ว่างาน, การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง, ความรู้สึกที่ตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ, การถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัวหรือสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว และงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ

1.7.7 ปัจจัยสนับสนุน หรือ ปัจจัยด้านความสามารถ (Ability Factor) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ หรือสนับสนุนให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ, การมีเงินลงทุนเพียงพอในการ

ประกอบธุรกิจ, การมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี, การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง, การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และความต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง

1.7.8 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ในที่นี้หมายถึง ทฤษฎีของเดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วย ความต้องการที่ก่อตัวขึ้นจากการเรียนรู้ใน สังคมซึ่งถูกพัฒนาขึ้นในแต่ละช่วงชีวิตของคน ได้แก่ ความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ ความต้องการความผูกพัน ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกมาเพียงแค่ 2 ใน 3 ทฤษฎีเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ และ ความต้องการอำนาจ เนื่องจากทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ตรงกับลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิด แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เหตุผลที่ไม่เลือกความต้องการความผูกพัน เนื่องจาก ความ ต้องการความผูกพันน่าจะเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นหลังการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแล้ว แต่ งานวิจัยเล่มนี้ ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ นั่นเท่ากับว่าศึกษาที่มาของแรงจูงใจ ก่อนตัดสินใจที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง จึงเลือกมาเพียง 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

1.7.9 ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) ในที่นี้หมายถึงแรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท พยายามที่จะประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จ โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย การวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุม ระบบการทำงานด้วยตัวเอง, การมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความ มุ่งมั่นพยายามในการทำงาน, การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง, การมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ, การมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรค ต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

1.7.10 ความต้องการอำนาจ (Need for Power) ในที่นี้หมายถึง ความต้องการมีอำนาจ ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ซึ่งอำนาจดังกล่าวส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่เป็น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย ความต้องการเป็นผู้นำและ มีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับ กิจการของตนเอง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าเป็นไปตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงกำหนดลำดับหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำทางสังคม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม
- 2.5 ประวัติตลาดไท
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ

2.1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

ชนิดา เพชรทองคำ (2542: 7) กล่าวว่า คำว่าแรงจูงใจ มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า *Movere* ตรงกับภาษาอังกฤษว่า *to move* มีความหมายว่าเป็นสิ่งโน้มน้าวหรือมักจะชักนำให้บุคคลเกิดการกระทำ หรือปฏิบัติการ แรงจูงใจใช้กันมากในวงการศึกษ เพราะจะทำให้การเรียนรู้ของผู้ใหญ่ได้ผลดี ซึ่งแรงจูงใจเป็นคำศัพท์ทั่วไปที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกับคำว่า แรงขับ ความอยากและความต้องการ

ดำรงศักดิ์ จงวิบูลย์ (2543: 10) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงกระตุ้นหรือเร้าให้อินทรีย์ได้เพิ่มพูนความสามารถ ความพยายามหรือพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ให้เกิดการกระทำหรือทุ่มเทในงานที่ทำ เพื่อให้บรรลุความปรารถนาในการแก้ปัญหา หรือเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายอันจะนำมาซึ่งความพอใจ

เจียรไน จิระโร (2544: 29-30) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจในการกระทำของมนุษย์ทุกคนนั้นประกอบด้วย คุณลักษณะที่สามารถจะพิจารณาได้จากกรอบแนวคิดที่มีพฤติกรรมที่สามารถวัดได้จากองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. การมีความทะเยอทะยาน (Aspiration Level) หมายถึง ความมุ่งมั่นในความเป็นเลิศของงานที่ทำ ต้องการให้งานที่ทำมีประสิทธิภาพ การทำงานไม่ทำเพื่อมุ่งแก้ปัญหาอย่างเดียวแต่เน้นทำเพื่อการพัฒนา

2. มีความหวังว่าตนเองจะประสบความสำเร็จ (Risk-taking Behavior) หมายถึงการทำงานทุกครั้งจะคำนึงถึงความสำเร็จและมีการสรุปผลงานอยู่เสมอ

3. มีความพยายามไปสู่สถานะที่สูงขึ้น (Upward Mobility) หมายถึง การมีความมุ่งมั่นในความก้าวหน้า ความพยายามทั้งด้านการเรียนและการทำงาน

4. มีความอดทนในการทำงานหนักได้เป็นเวลานานๆ (Persistence) หมายถึง มีความตั้งใจในการทำงานหนักอย่างไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อย มีความอดทนต่อการทำงานหนักและเห็นว่าการมีความอดทนเป็นสิ่งสำคัญ

5. กล้าเผชิญอุปสรรค (Task Tension) หมายถึง การมีความพยายามทำงานให้สำเร็จ แม้จะถูกรบกวน ถ้าทำงานไม่บรรลุเป้าหมายก็จะทำต่อไปจนเสร็จ ไม่ย่อท้อ

6. เห็นคุณค่าของเวลา (Time Perception) หมายถึง มีความรู้สึกว่าเวลามีค่าควรทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จโดยรวดเร็ว การทำงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จตามกำหนดทุกครั้ง

7. มีความคิดคำนึงถึงอนาคต (Time Perspective) หมายถึงการวางแผน การกำหนดเป้าหมายในอนาคต เช่น การวางแผนการศึกษา การวางแผนการทำงาน การวางแผนครอบครัว

8. ชอบเลือกเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถ (Partner Choice) หมายถึง ในการเลือกเพื่อนร่วมงานจะคำนึงถึงความสามารถเป็นหลัก มีความชื่นชมยินดีกับเพื่อนร่วมงานที่ขยัน

9. พยายามผลิตผลงานอย่างมีคุณภาพเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ (Recognition Behavior) หมายถึง การพยายามทำงานของตนเองให้ดีอยู่เสมอ

10. มีความอยากรู้ในความเด่น หรือความด้อยในผลงานของตนเอง (Achievement Behavior) หมายถึง การผลิตผลงานให้มีคุณภาพยินยอมให้ผู้อื่นประเมินผลงานของตนเอง ว่าเด่นหรือด้อยและยอมรับการปรับปรุงแก้ไข

สมาน รั้งสิโยภุชณ์ และสุธี สุทธิสมบุรณ์ (2544: 56) กล่าวว่า การจงใจ หมายถึง การจงใจหรือกระตุ้นให้บุคคลแต่ละคนและบุคคลในหมู่คณะได้มีโอกาสทำงานให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานอย่างเต็มความสามารถ การจงใจหรือการกระตุ้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจ โดยทำให้คนมีขวัญกำลังใจที่จะอุทิศกาย อุทิศใจ ทำงานให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานอย่างเต็มที่

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2545: 83) ให้ความหมายของการจงใจว่า การจงใจเป็นปรากฏการณ์ที่สลับซับซ้อน เป็นเรื่องของความรู้สึกที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำโดยมุ่งไปสู่เป้าหมาย

อุษณีย์ จงสุกใส (2545: 13) กล่าวว่า แรงจงใจ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เป็นแรงพลัง ผลักดัน หรือเร้าความรู้สึกที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหรือตอบสนองความต้องการที่บุคคลนั้นได้คาดหมายไว้

นพพล ศรีวระมย์ (2546: 184) กล่าวว่า การจงใจ เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความคิดริเริ่ม การควบคุม การรักษาพฤติกรรม และการกระทำ มนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกาย (น้ำ อากาศ อาหาร การพักผ่อน และที่อยู่อาศัย) และมีความต้องการด้านอื่นๆ เช่น การยกย่องสถานะ ความรัก ความผูกพันกับบุคคลอื่นความรู้สึกที่ดี การให้ การประสบความสำเร็จและการรักษาผลประโยชน์ส่วนตัว

บุรณี ทรัพย์ถนอม (2547: 12) ให้ความหมายว่า แรงจงใจ คือ พลังที่ริเริ่ม กำกับ และกำจูนพฤติกรรมและการกระทำส่วนบุคคล และเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ให้ความมุ่งหมายหรือทิศทางแก่พฤติกรรม นอกจากนี้ได้กล่าวถึงคุณลักษณะพื้นฐานของแรงจงใจ 3 ประการ คือ ความพยายาม ความไม่หยุดยั้งและทิศทาง

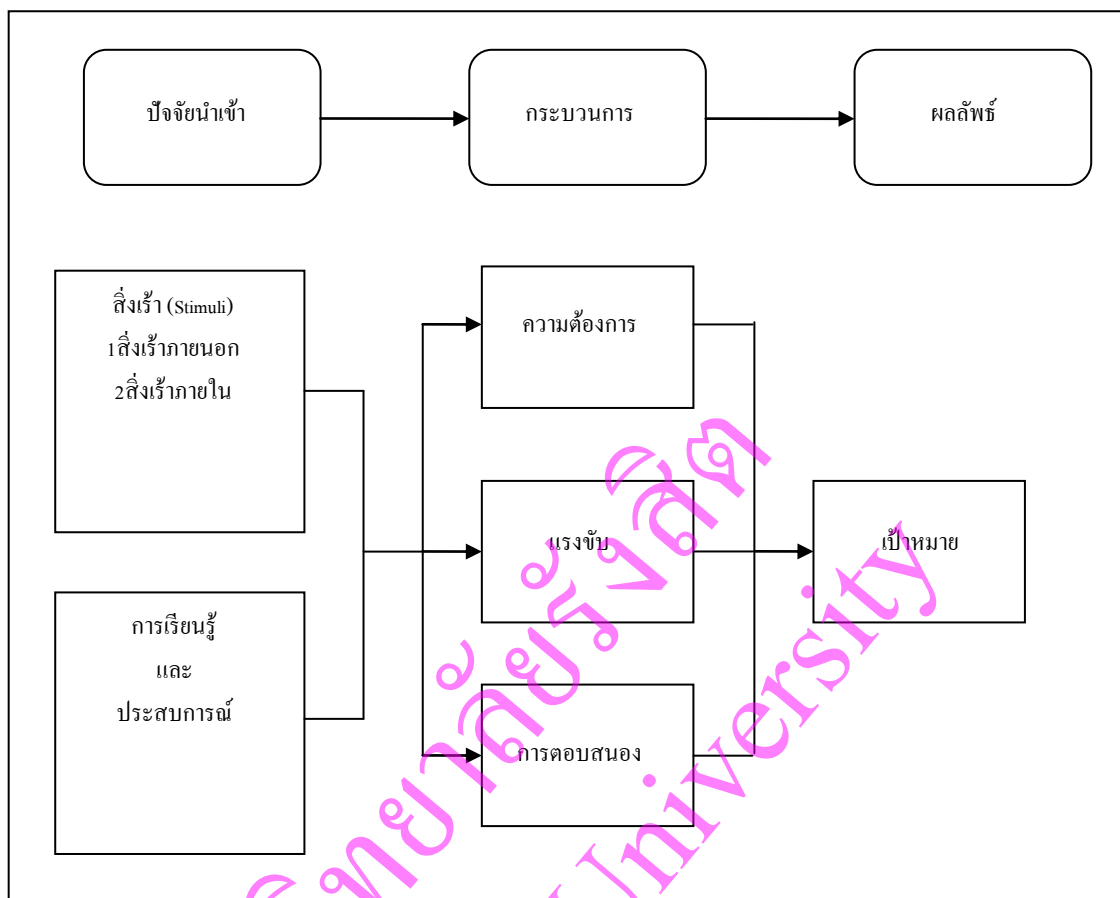
สิรินาด ปัดถามัง (2554: 12) กล่าวว่า แรงจงใจ เป็นสิ่งผลักดันหรือขับเคลื่อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยบุคคลที่มีแรงจงใจมากก็จะผลักดันให้ตนเองสู่เป้าหมาย หรือ จุดมุ่งหมายได้เร็ว ส่วนบุคคลที่มีแรงจงใจน้อยนั้นก็จะผลักดันตัวเองไปสู่เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายได้เช่นกันเพียงแต่จะใช้เวลานานกว่า

สรุปได้ว่าแรงจูงใจ เป็นสิ่งเร้าต่อมนุษย์ที่ก่อให้เกิดแรงขับและผลักดันให้เกิดเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ หรือจูงใจให้เกิดความรู้สึกว่าต้องการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ด้วยความมุ่งมั่นและเต็มใจเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้และเมื่อสามารถตอบสนองสิ่งเหล่านั้นได้ ก็จะเป็นประสบการณ์ที่ดี เป็นกำลังใจที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการครั้งต่อไปได้

2.1.2 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

สมยศ นาวิการ (2540: 289) กล่าวว่า กระบวนการจูงใจจะเริ่มต้นด้วยความต้องการ เช่น ความต้องการที่ทำหายมากขึ้น รายได้และสวัสดิการที่สูงขึ้น ความต้องการเหล่านี้จะนำไปสู่กระบวนการคิดที่นำทางการตัดสินใจของบุคคล เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและดำเนินการกระทำ ดังนั้นบางอย่าง ถ้าการกระทำที่ถูกเลือกของบุคคลทำให้เกิดรางวัลที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นน่าจะถูกจูงใจด้วยรางวัลที่คาดหวังไว้ เขาไม่น่าจะมีพฤติกรรมอย่างเดียวกันซ้ำอีก ดังนั้นรางวัลจะเป็นกลไกการป้อนกลับอย่างหนึ่ง ที่จะช่วยให้บุคคลประเมินผล ติดตามมา ภายหลังของพฤติกรรม เมื่อเขากำลังพิจารณาการกระทำในอนาคตได้

กัลปัยกร อุไรพงศ์ ณ อยุธยา (2545: 23-24) ได้กล่าวว่า กระบวนการเกิดแรงจูงใจ ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ความต้องการ (Need), แรงขับ (Drive), การตอบสนอง (Response) และเป้าหมาย (Goal)



รูปที่ 2.1 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

ที่มา : กัลป์กร อุไรพงษ์ ณ อุซุชยา (2545: 23-24)

จากระบบของการจูงใจจะพบว่า พฤติกรรมอันเนื่องมาจากการจูงใจจะมีขั้นตอนและสามารถอธิบาย ตามองค์ประกอบต่างๆได้ ดังนี้ คือ

1. ป้อนข้อมูลเข้า (Input) หมายถึง ตัวเร้าหรือตัวกระตุ้นให้เกิดกระบวนการจูงใจ โดยป้อนข้อมูลเข้า ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งเร้า ซึ่งสิ่งเร้าจะประกอบไปด้วย สิ่งเร้าภายนอก และสิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

1.2 การเรียนรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันระหว่างบุคคล จะเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

2. กระบวนการ (Process) ในส่วนของกระบวนการนั้นประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน ดังนี้ คือ

2.1 ความต้องการ เมื่อบุคคลถูกสิ่งเร้ากระตุ้นก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

2.2 แรงขับ เมื่อบุคคลเกิดความต้องการแล้วนั้นก็จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดความตึงเครียด ซึ่งความตึงเครียดนี้จะก่อให้เกิดเป็นแรงผลักดันให้เกิดแรงขับขึ้น

2.3 การตอบสนอง เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากแรงผลักดัน ที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองไปตามการเรียนรู้และประสบการณ์ การตอบสนองจะดำเนินต่อไป จนกว่าจะถึงเป้าหมาย

3. ผลลัพธ์ (Output)

เป้าหมายที่กำหนดไว้เพื่อให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองไปจนถึงเป้าหมายนี้จะพบว่า เป้าหมายที่กำหนดไว้บางครั้งจะสอดคล้องกับความต้องการ ของบุคคล หรือบางครั้งอาจจะไม่สอดคล้องก็ได้ เพราะบางคนที่ไม่แสดงการตอบสนองแล้วไม่ถึงเป้าหมาย หรือถึงเป้าหมายแล้วยังไม่ใช่สิ่งที่ตนต้องการจริงๆ ความต้องการของบุคคลก็ยังคงมีอยู่ทำให้เกิดความตึงเครียดจนแรงผลักดันทำให้เกิดแรงขับ จนต้องมีการตอบสนองอยู่อีกจนกว่าบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าบุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองถึงเป้าหมายแล้ว ความต้องการของคนนั้นจะลดลง เป็นอันจบกระบวนการงูใจ บุคคลก็จะไม่เกิดพฤติกรรมอีก

สามารถสรุปกระบวนการเกิดแรงงูใจได้ว่า แรงงูใจเกิดจากการที่คนมีความต้องการ เมื่อบุคคลเกิดความต้องการแล้วก็จะเกิดแรงขับขึ้น ซึ่งแรงขับนี้จะผลักดันให้คนแสดงพฤติกรรมที่มีทิศทางไปสู่เป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น

2.1.3 ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงงูใจในตัวบุคคล

สุชา จันทรโสม (2542: 71-72) ได้กล่าวถึง ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงงูใจในตัวบุคคลมีดังนี้

1. กระบวนการเรียนรู้ที่บุคคลได้รับ โดยการอบรมสั่งสอนในรูปแบบของสังคม (Socialization) จาก โรงเรียน บ้าน วัด สถาบัน หรือแหล่งชุมชนอื่นใด เกี่ยวข้องกับ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อต่างๆก็ตาม ความรู้สึกที่ได้รับนั้นจะก่อให้เกิดรูปแบบของเจตคติใหม่ขึ้นได้ทั้งนั้น

2. การเลียนแบบหรือการทำอย่างบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อเราโดยตรง เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ที่เรานิยมชมชอบ ก็เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงเจตคติของเราให้คล้อยตามได้ การที่นักเรียนประสบความสำเร็จในการเรียนหรือไม่ ขึ้นอยู่กับแบบที่นักเรียนชอบว่าจะเป็นแบบในลักษณะใด

3. อิทธิพลของกลุ่มที่เข้าร่วมอยู่ ความคิดเห็นของสมาชิกข้างมาก สามารถจูงใจให้เราเปลี่ยนเจตคติตามไปด้วยได้

4. การสรุปหรือการตีความจากลักษณะบุคคลที่ปรากฏให้เห็น (Stereotype) เป็นสาเหตุหรือปัจจัยหนึ่งที่เราชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งการสรุปลักษณะบุคคลนี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติได้ทันที ซึ่งอาจขัดจากความเป็นจริงได้อย่างมาก

5. ความบกพร่องในเรื่องบุคลิกภาพและการปรับตัว เป็นสาเหตุหรือปัจจัยทำให้อีกสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้บุคคลอื่นได้ถือว่าเป็นปมด้อยของตนเอง ในที่สุดจะมีเจตคติที่ไม่ดีต่อสิ่งที่เกี่ยวข้องได้ ได้มีการกล่าวถึงอิทธิพลที่มีต่อเจตคติ ดังนี้

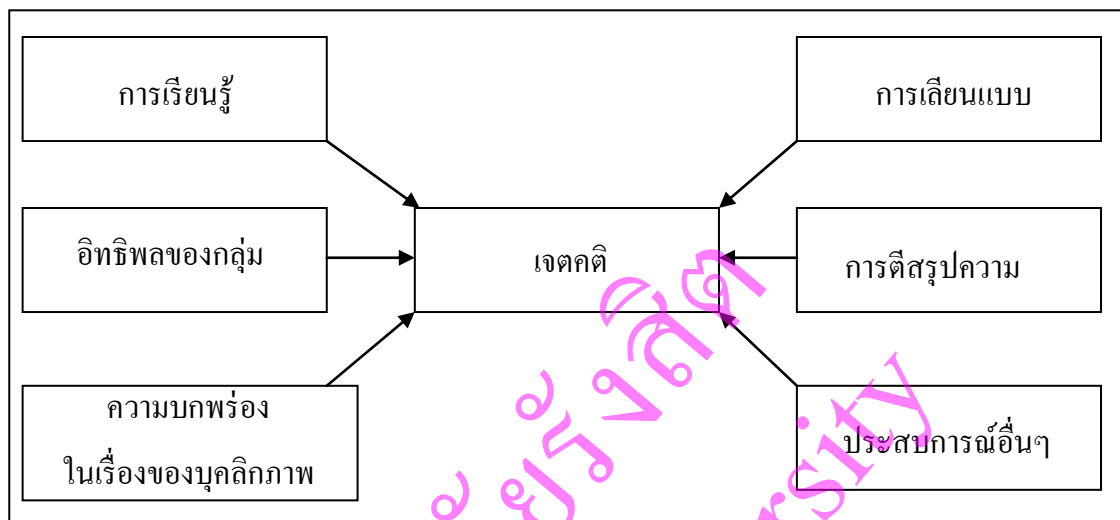
5.1 บิดา มารดา เป็นผู้ที่เด็กได้คลุกคลีมากกว่าคนอื่น เด็กจึงมีความเอนเอียงไปทางบิดาหรือมารดาไม่มากนักน้อย

5.2 วัฒนธรรม ภายในสังคมที่มีอาชีพต่างกัน อยู่ในชนชั้นสังคมต่างกัน หรือนับถือศาสนาต่างกัน

5.3 การศึกษา การเรียนในโรงเรียนย่อมมีส่วนร่วมในการสร้างเจตคติของเด็ก เพราะโรงเรียนเป็นสถาบันที่จัดให้มีการอบรมเด็กอย่างมีระเบียบแบบแผน งานของโรงเรียนจึงมีอิทธิพลต่อเด็กมากกว่าสถาบันอื่นในสังคม

5.4 สื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อนครอบครัว ย่อมมีอิทธิพลปลูกฝังการเปลี่ยนแปลง เจตคติของเด็กได้เช่นเดียวกัน

จากปัจจัยและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อเจตคติของบุคคล สามารถนำมาแสดงเป็นแผนภูมิได้ ดังภาพประกอบ



รูปที่ 2.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ส่งผลให้เกิดเจตคติของบุคคล
ที่มา: สุชา จันท์ธรม (2542: 71-72)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในตัวบุคคลนั้น เกิดมาได้จากหลายสาเหตุ เช่น กระบวนการเรียนรู้ อิทธิพลของคนรอบข้าง การเลียนแบบบุคคลอื่น รวมถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจทั้งสิ้น ซึ่งแต่ละคนจะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน เพราะบุคคลแต่ละคนมีปัจจัยและมีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจที่แตกต่างกัน

2.1.4 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

วรรณิ ลิ้มอักษร (2541: 114-115) ให้แนวคิดว่า แรงจูงใจประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการด้วยกัน คือ

1. ผู้รับการจูงใจ เช่น ในชั้นเรียน ผู้รับแรงจูงใจ คือ นักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ครูผู้สอนจะใช้กระบวนการจูงใจเข้าไปดำเนินการให้เขาปฏิบัติในสิ่งที่ผู้สอนต้องการ

2. วิธีการจูงใจ เป็นกระบวนการที่เป็นศาสตร์และศิลป์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ถูกจูงใจ ให้มีความคิดคล้อยตามและลงมือปฏิบัติตามบรรลุปเป้าหมายของการจูงใจ

3. เป้าหมายของการจูงใจ คือ พฤติกรรมที่ผู้จูงใจมุ่งหวังจะให้เกิดขึ้นในตัวผู้ที่ถูกจูงใจในขั้นตอนสุดท้าย ภายหลังจากที่ได้รับการจูงใจแล้ว

4. องค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล หรือองค์ประกอบจากสภาพการณ์ทางสังคม ประกอบด้วย

4.1 ลักษณะของสิ่งแวดล้อมภายนอกทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มคน สิ่งแวดล้อมที่เป็นสภาพการณ์

4.2 ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อบุคคล

4.3 การเสริมแรงด้วยรางวัล คำชม หรือสิ่งล่อใจ

5. องค์ประกอบภายในตัวบุคคล ประกอบไปด้วยลักษณะต่างๆที่มีอยู่ในตัวบุคคล ได้แก่

5.1 ความสนใจและความอยากรู้อยากเห็น

5.2 เป้าหมายที่บุคคลเป็นผู้กำหนด

5.3 ระดับความวิตกกังวล

5.4 ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในงานที่ทำ

5.5 ประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

จันทร ชุ่มเมืองปีก (2546 : 35) จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมา แรงจูงใจยังมีองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดเป็นแรงจูงใจ แบ่งองค์ประกอบเป็น 2 ประการ คือ

1. ธรรมชาติของแต่ละบุคคล เพราะคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน (individual differences) มีความแตกต่างกันในสิ่งที่เป็นธรรมชาติ เช่น กรรมพันธุ์ นิสัย อารมณ์ ความต้องการ ศิวพรรณ สีของนัยน์ตา เป็นต้น แต่ธรรมชาติที่ป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแรงจูงใจคือ

1.1 แรงขับ (Drive) เป็นความตึงเครียดทางร่างกายที่ทำให้เกิดกิจกรรมที่จะบรรเทาหรือลดความตึงเครียดนั้นๆ เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกทางเพศ ความต้องการที่เป็นความประสงค์อย่างรุนแรงแรงจนกลายเป็นราคะ (desire) เป็นต้น แรงขับเหล่านี้จะต้องก่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้แรงขับหายไป ซึ่งแรงขับเหล่านี้มี 2 ประเภทด้วยกัน

1.1.1 แรงขับภายในร่างกาย (Primary Drive) หรือว่าแรงขับปฐมภูมิ ได้แก่ แรงขับที่เกิดอยู่ภายในร่างกาย การเกิดแรงขับขึ้นในร่างกาย แปลว่าร่างกายขาดสถานะสมดุลจนทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น หิว กระหาย ความรู้สึกทางเพศ หรืออึดอัดหงุดหงิดในร่างกายนี้แต่ละคนจะมีไม่เท่ากัน

1.1.2 แรงขับภายนอกในร่างกาย (Secondary Drive) หรือ แรงขับทุติยภูมิ คือ แรงขับที่มาจากภายนอกในร่างกาย ได้แก่ พวกแรงขับที่เกิดจากความต้องการด้านอารมณ์และสังคม ตัวอย่างเช่น อยากเป็นสมาชิกวุฒิสภา อยากเป็นกรรมการตุลาการ อยากเป็นกรรมการการเลือกตั้ง ความต้องการเหล่านี้ ล้วนมาจากภายนอกทั้งสิ้น และแต่ละบุคคลจะมีความสนใจ ความต้องการ และแรงกระตุ้นที่มากน้อยต่างกัน และแรงขับประเภทนี้ก็มีได้ทั้งทางบวกและทางลบเช่นกัน

1.2 ความวิตกกังวล (Anxiety) ความวิตกกังวลเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นเจตคติด้านอารมณ์และความรู้สึกของบุคคลที่วาดภาพไปถึงอนาคตที่ยังมาไม่ถึง ซึ่งเมื่อเกิดความวิตกกังวลก็จะเกิดความกลัวต่างๆ

2. สถานการณ์ต่างๆในแต่ละสิ่งแวดล้อม เป็นองค์ประกอบที่ 2 ของแรงจูงใจ เนื่องจาก ในแต่ละสิ่งแวดล้อม เช่น บ้านที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ มีคนขวักไขว่รถแล่นเสียงดัง นักศึกษาที่อยู่ในสภาพแวดล้อมนี้ก็คงจะไม่เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะอ่านหรือท่องหนังสือได้นานๆ เป็นต้น

สรุปว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจนั้นมาจากภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลนั้นให้มีแรงกระตุ้นในการทำงานหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.1.5 ประเภทของแรงจูงใจ

สุรพงศ์ โคว์ตระกูล (2544: 169) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจในแนวทางเดียวกันเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก จูงใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ได้รับสิ่งตอบแทนหรือรางวัล หรือหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้เช่น แรงเสริมชนิดต่างๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ เงิน ตัวแปรต่างๆที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น

2. แรงจูงใจภายใน (Intensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมจากภายนอก เพราะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสนใจของผู้แสดงพฤติกรรม มองเห็นคุณค่าในตัวเอง มีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกมีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกมีความสุขนั้นที่เป็นรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่เขาได้รับ เช่น การเล่นเกม การร้องเพลงในห้องน้ำการเก็บรักษาไดอารี่ส่วนตัว เป็นต้น

รุ่งอรุณ ศรีปาน (2551: 7-10) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มีความพลังและมีทิศทาง นั่นคือแรงจูงใจจะทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนมีการกระทำ เพื่อไปสู่จุดหมายปลายทาง ซึ่งตัวกระตุ้นอาจจะเป็นแรงที่มาจากสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งเรียกว่า แรงจูงใจภายนอก การทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจ ไม่ว่าจะเป็แรงจูงใจภายในหรือภายนอก ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของตนว่า ทำไมแต่ละคนจึงประพฤติปฏิบัติดังเช่นที่เป็นอยู่ แรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม การที่คนแสดงพฤติกรรม เนื่องจากมีความต้องการ การที่เรามีความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งแสดงว่าในช่วงนั้น เราไม่มีสิ่งนั้นๆ หรือมีไม่เพียงพอ ซึ่งสภาพนี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม เนื่องจากคนเรามีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด คนเราจึงยังคงมีการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา การแสดงพฤติกรรมของเราในแต่ละวันหรือแม้แต่การแสดงพฤติกรรมของคนๆเดียวกันในแต่ละวัน อาจจะเนื่องมาจากแรงจูงใจทั้งสองชนิด การแสดงพฤติกรรมของตนเอง บางครั้งถ้าทำสิ่งใดเพียงหวังให้คนอื่นเห็น หวังคำชม หรือการยอมรับ การกระทำนั้นเป็นไปเนื่องจากแรงจูงใจภายนอก แต่เมื่อใด มีความสุข ความพอใจก็จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แม้เมื่อไม่มีใครเห็น ไม่มีใครชม ก็ยังมีความพอใจที่จะทำ การกระทำเป็นไปเนื่องมาจากแรงจูงใจภายใน

1. แรงจูงใจภายนอก

1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายนอก

จากความหมายของแรงจูงใจที่ระบุว่าเป็เรื่องของแรงขับ จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจภายนอก เป็นแรงที่เกิดจากการนำกิจกรรมมากระตุ้นให้บุคคลอื่นทำในสิ่งที่ตนเอง

ต้องการ ซึ่งนักจิตวิทยาที่ให้ความสนใจกับแรงจูงใจต่างๆ นักจิตวิทยากลุ่มนี้คือ กลุ่มพฤติกรรมนิยมซึ่งเป็นกลุ่มที่มองธรรมชาติของมนุษย์ว่า แสดงพฤติกรรมหรือการเรียนรู้ของคน เป็นผลผลิตของสิ่งแวดล้อม การใช้เสริมแรงหรือสิ่งจูงใจต่างๆ หมายถึง การให้สิ่งเร้าที่ทำให้ผู้กระทำเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสิ่งเร้านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในกลุ่มนี้เน้นอย่างมากเกี่ยวกับเรื่องการเสริมแรง ได้กล่าวว่าการกระทำใดๆ ถ้าได้รับการเสริมแรง ย่อมมีแนวโน้มให้เกิดการกระทำนั้นอีก ส่วนการกระทำใดที่ไม่มีการเสริมแรงย่อมมีแนวโน้มให้ความถี่ของการกระทำนั้นๆค่อยๆหายไป

1.2 ชนิดของการเสริมแรงจูงใจภายนอก

1.2.1 การเสริมแรงทางบวก คือ สิ่งที่ทำให้พอใจ เช่น รางวัล คำชมเชย การยิ้ม การพยักหน้า และความสนใจ ซึ่งเป็นตัวเสริมแรงที่มีอิทธิพลมาก ทั้งยังตรงกับความต้องการอย่างหนึ่งของคน คือ ต้องการเป็นที่ยอมรับเป็นที่รัก ต้องการได้รับความชื่นชม

1.2.2 การเสริมแรงทางลบ หมายถึง การนำสิ่งที่ไม่สบายใจต่างๆออกไป ได้แก่ การดุ การตำหนิ การที่สังคมไม่ยอมรับ คำวิจารณ์ ตลอดจนกระทั่งเสียงที่อีกทีกจนเกินไป ฉะนั้น เมื่อขจัดสิ่งที่ไม่ให้อึดอัดไม่สบายใจต่างๆ ออกไป จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้

1.2.3 ลักษณะการกระทำอันเนื่องมาจากภายนอก เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจภายนอกจะเป็นผู้ที่ทำอะไร โดยที่ความต้องการคำชมหรือต้องการการยอมรับหรือความเห็นชอบจากผู้อื่น นำไปสู่ความรู้สึกที่ไม่เป็นตัวของตัวเอง ทำอะไรต้องคอยระวังต่อการยอมรับของผู้อื่น ถ้าไม่มีคนรู้เห็นจะเกิดความท้อถอย เบื่อหน่าย หหมดกำลังใจที่จะทำดีต่อไป เช่น คนทำดีเพื่อหวังจะได้สองชั้น ถ้าไม่ได้ดังหวังก็จะรู้สึกผิดหวัง เสียใจ โกรธเคือง ท้อถอยและอาจเลิกทำดีอีกต่อไป อย่างไรก็ตามการให้แรงจูงใจจึงควรสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานชนิดนี้เป็นรางวัลที่เกิดจากภายใน และหยุดความพึงพอใจที่เป็นรางวัลจากภายนอก ฉะนั้น การให้การเสริมแรงทางบวก หรือการเสริมแรงทางลบ จะให้ผลเช่นเดียวกัน คือ ทำให้เกิดการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า การที่ขจัดตัวเสริมแรงทางบวกและให้ตัวเสริมแรงทางลบ ถือว่าเป็นการลงโทษและตัวเสริมแรงต่างๆจากสิ่งของที่เป็นวัตถุมีตัวตนจนกระทั่งถึงสิ่งที่เป็นนามธรรมต่างๆ เช่น คำพูดที่แสดงความรู้สึก แต่ละคนมีความต้องการเสริมแรงที่แตกต่างกัน บางคนต้องการสิ่งของรางวัลที่เป็นสิ่งของ แต่บางคนเพียงคำว่า ถูก หรือ ทำต่อไปได้

2. แรงจูงใจภายใน

นักจิตวิทยาที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน คือกลุ่มที่มองธรรมชาติของมนุษย์ออกมาในลักษณะที่ว่า การเรียนรู้เกิดจากความต้องการภายในของผู้เรียน เป็นแรงผลักดันจากภายใน ซึ่งหมายถึง กลุ่มมนุษยนิยมและกลุ่มที่มีความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติว่า มนุษย์มีแรงขับจากภายในที่จะทำสิ่งต่างๆได้ด้วยตนเอง โดยที่พิจารณาถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึง กลุ่มปัญญานิยมทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจกับแรงจูงใจภายใน โดยที่แต่ละกลุ่มมีความคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจ ดังนี้

2.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน

2.1.1 แนวความคิดของกลุ่มปัญญานิยม เน้นว่าการแสดงพฤติกรรมของคน ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้สิ่งต่างๆของบุคคล โดยกลุ่มปัญญานิยมได้เสนอความคิดเกี่ยวกับเรื่องแฉวงของชีวิต เพื่อที่จะอธิบายว่า ทำไมแต่ละคนจึงแสดงพฤติกรรมดังเช่น ที่เป็นอยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง คนจะได้รับแรงจากหลายทิศทาง ที่จะกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ซึ่งการที่คนแสดงพฤติกรรมนั้น เนื่องมาจากความไม่สมดุลที่เกิดขึ้น คนเราจึงพยายามแสวงหาความรู้ หรือแสดงพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดสภาพที่สมดุล

2.1.2 แนวความคิดของกลุ่มมนุษยนิยมเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน คล้ายคลึงกับแนวคิดของกลุ่มปัญญานิยมกลุ่มนี้ อธิบายว่า แรงที่มากกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมนั้นคือ ความต้องการความเพียงพอในชีวิต จะมองเห็นได้ว่า การแสดงพฤติกรรมนั้นมีใช่เป็นเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายเท่านั้น เพราะเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว คนก็ยังแสดงพฤติกรรมอยู่ สิ่งที่มากระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมนั้น คือความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้คนอยากมีการสำรวจ หรือพูดง่ายๆ บางครั้งคนเราอาจจะทำอะไรซึ่งดูแล้วตกลง หรือไม่สมเหตุสมผล เพียงเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นเท่านั้น

สรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการและการตอบสนองต่อพฤติกรรมเชิงบวก โดยมีแรงจูงใจทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนมีการกระทำเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทาง ดังนั้น กระบวนการปฏิบัติงานใดๆก็ตามหากทำความเข้าใจกับเรื่องแรงจูงใจ ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจภายในหรือภายนอก แรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม ซึ่งสามารถควบคุมได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้สำเร็จหรือสัมฤทธิ์ผล

2.1.6 รูปแบบของแรงจูงใจ

บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบแรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัลแต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- มุ่งหาความสำเร็จ และกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)
- มีความทะเยอทะยานสูง
- ตั้งเป้าหมายสูง
- มีความรับผิดชอบในการงานดี
- มีความอดทนในการทำงาน
- รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
- เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
- เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจากการแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
- ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
- ตั้งเป้าหมายต่ำ
- หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมากมักจะพัฒนาจากความรู้สึกว่าตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมค้อย" เมื่อมีปมด้วยจึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาใน

ลักษณะการก้าวร้าว

- มักจะต่อต้านสังคม
- แสวงหาชื่อเสียง
- ชอบเสียง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรค

ต่าง ๆ

- ชอบเป็นผู้นำ

4. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบบุคคลหรือจากสื่อต่างๆ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

- ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
- ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

5. แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- ไม่มั่นใจในตนเอง
- ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
- ไม่กล้าเสียง
- ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

2.1.7 ความสำคัญของแรงจูงใจ

สุรพล พะยอมแย้ม (2541: 22) ได้กล่าวถึงความสำคัญของแรงจูงใจไว้ว่า เมื่อบุคคลเข้าไปปฏิบัติงานกับองค์กรหรือหน่วยงานใดก็ตาม ในขั้นแรกบุคคลจะมีความรู้สึกผูกพันกับงานที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งรับทราบอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งความผูกพันนี้อาจเป็นไปได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรจะกระตุ้นบุคคลด้วยการจ่ายค่าตอบแทนในสัดส่วนที่เหมาะสมกับการทำประโยชน์ของบุคคล ลักษณะเช่นนี้ทำให้เกิดดุลยภาพในองค์กร หากดุลยภาพในองค์กรเสียไป องค์กรการจำเป็นที่จะต้องสรรหาสิ่งกระตุ้นในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพราะในความรู้สึกของบุคคลที่ทำประโยชน์ให้องค์กรในระดับต่ำนั้นก็เนื่องมาจากเห็นว่าองค์กรให้สิ่งกระตุ้นน้อยเกินไป เมื่อเป็นลักษณะเช่นนี้การสรรหาสิ่งกระตุ้นทั้งหมด ก็คือการจูงใจให้บุคคลปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ นั่นเอง

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การจูงใจบุคลากรเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารการจัดการองค์กร ซึ่งสามารถสรุปความสำคัญของการจูงใจใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อการจูงใจขององค์กร โดยมีผลโดยตรงต่อผลงานหรือกำไรขององค์กร เช่น เป็นหลักประกันว่า พนักงานในองค์กรจะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มผลกำไรขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขั้นได้ดีขึ้น ช่วยเกื้อหนุนพนักงานให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ขององค์กรและช่วยเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร เป็นต้น

2. ความสำคัญของแรงจูงใจต่อผู้บริหาร ผู้บริหารจะได้รับประโยชน์จากการจูงใจจากพนักงานโดยตรงในด้านต่างๆ คือ ช่วยให้ผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่ดี ช่วยให้การกระจายอำนาจของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและพนักงานในองค์กรและช่วยให้การควบคุมดำเนินไปด้วยความราบรื่น อยู่ในกรอบขององค์กร

กันตนา เพิ่มผล (2544: 74) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจมีความสำคัญโดยตรงต่อพฤติกรรมของบุคคล เพราะแรงจูงใจจะเป็นสภาวะที่ผลักดันและดึงให้บุคคลแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันออกไปซึ่งการที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล จึงต้องทำความเข้าใจกับแรงจูงใจของคนคนนั้นว่าบุคคลนั้นมีแรงจูงใจอยู่ในประเภทใดและระดับใด

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 111) ได้กล่าวว่า ในการปฏิบัติงานเพื่อสนองต่อความต้องการหลายอย่างของคน โดยทั่วไปแล้วบุคคลมิได้ทำงานเต็มที่หรือตามความสามารถ บุคคลต้องการแรงจูงใจที่จะทำงานตามที่เขาต้องการ โดยเฉพาะแรงจูงใจที่เหมาะสมจะทำให้เขาเอาใจใส่งานมากขึ้น หากหน่วยงานต้องการให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน จะต้องเข้าใจถึงความต้องการของพนักงานและสามารถหาสิ่งจูงใจให้เขาได้ทำงาน ขณะเดียวกันหากความต้องการของเขามีจุดหมายเดียวกันกับเป้าหมายขององค์กร ก็จะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้

เนตรชนก นามเสนาะ (2549: 9) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเรียนและการทำงานของบุคคลอย่างมาก หากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้รับแรงจูงใจอยู่ในระดับสูงย่อมทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงานอย่างเต็มที่

สิรินาถ บัณฑิตามัง (2554: 14) ความสำคัญของแรงจูงใจในการทำงาน มีความสำคัญต่อตัวผู้ทำงานเองโดยตรงและเป็นปัจจัยหลักสำคัญประการหนึ่งในขั้นตอนของการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในการทำงานให้บรรลุตรงตามเป้าหมาย แรงจูงใจในการทำงานจึงเป็นพลังกระตุ้นพฤติกรรมให้แต่ละบุคคลใช้ความสามารถในการดำเนินงานไปในทิศทางที่จะนำไปสู่เป้าหมาย การสร้างแรงจูงใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องส่งเสริมให้แก่สมาชิกในหน่วยงาน เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการ

สรุปได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่ของการเป็นแรงผลักดันพฤติกรรมให้มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการบรรลุ แรงจูงใจมีส่วนสำคัญในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงและช่วยให้ประสบความสำเร็จในสิ่งที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ได้

2.1.8 ประโยชน์ของแรงจูงใจ

กันตนา เพิ่มผล (2544: 90-91) กล่าวว่า ประโยชน์ของการจูงใจในการบริหารสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. เสริมสร้างกำลังใจ ในการปฏิบัติงานให้แก่บุคคลในองค์กร และแก่หมู่คณะ เป็นการสร้างพลังงานร่วมกันของกลุ่ม

2. ส่งเสริมและเสริมสร้างสามัคคีธรรมในหมู่คณะเป็นการสร้างพลังงานด้วยความสามัคคี
3. สร้างขวัญและกำลังใจและทำที่ที่ดีในการปฏิบัติงานแก่คนงานและพนักงานเจ้าหน้าที่องค์กร
4. ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร
5. ช่วยทำให้การควบคุมงาน ดำเนินไปด้วยความราบรื่นอยู่ในกรอบแห่งระเบียบวินัยและมีศีลธรรมอันดีงาม ตลอดจนอุบัติเหตุและอันตรายในการปฏิบัติงาน
6. เกื้อหนุนและจูงใจให้สมาชิกขององค์กร เกิดความคิดสร้างสรรค์ในกิจการต่างๆในองค์กร เป็นการสร้างความก้าวหน้าให้แก่พนักงานและองค์กร
7. ทำให้เกิดความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่ ทำให้เกิดความสุขกาย สุขใจในการทำงาน
8. การจูงใจก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

พณีส หันนาคินทร์ (2542: 131) กล่าวว่าเมื่อผู้ปฏิบัติงานมีแรงจูงใจที่จะทำงานย่อมเกิดผลดีกับองค์กรและต่อตัวผู้ปฏิบัติงาน ดังนี้

1. องค์กรย่อมจะได้รับผลงานที่ดีจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร
2. ทำให้ลดความสูญเสียอันเกิดจากความละเลย ความไม่เอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้
3. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในอันที่จะทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงขึ้น ผู้ปฏิบัติงานจำทำงานด้วยความสำนึกในผลประโยชน์ส่วนรวมขององค์กร ยิ่งไปกว่าประโยชน์ส่วนตัว
4. ทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้กระทำลงไป โดยความรับผิดชอบเป็นตัวคุณพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานให้เป็นที่ไปในทางรักษาผลประโยชน์ขององค์กรและผลดีแก่ผู้ปฏิบัติงานทั้งในด้านที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้นจากองค์กรและการสร้างความก้าวหน้าให้แก่ตนเอง
5. แรงจูงใจจะช่วยลดความขัดแย้งในองค์กร เพราะทุกคนจะมองไปในทิศทางเดียวกัน หากจะมีความเห็นไม่ตรงกันแต่ก็จะเป็นที่จุดจุดหมายเดียวกัน ทำให้สามารถลดความขัดแย้งลงเหลือแต่ความเป็นมิตร

6. แรงจูงใจช่วยให้เกิดความพร้อมที่จะรับฟังคำสั่งเพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างราบรื่น และถูกต้องเจตนาารมณ์ของการสั่งงานนั้น

2.1.9 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

2.1.9.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจอธิบายถึงความต้องการหรือปรารถนาภายในของบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม หรือเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกลไกความต้องการของพนักงาน ซึ่งได้แก่ สาเหตุที่พนักงานมีความต้องการที่แตกต่างกันในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน (McShane and Von Glinow: 597) ทฤษฎีเนื้อหาเป็นที่รู้จักและยอมรับมี 4 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow
2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer
3. ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg
4. ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของ McClelland

Abraham Harold Maslow

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)



รูปที่ 2.3 Abraham Harold Maslow

ที่มา : Scribd (2011:2)

ประวัติ

อับราฮัม มาสโลว์เกิดเมื่อวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 1908 ที่เมืองบรุกลิน นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา บิดามารดาเป็นชาวยิวซึ่งอพยพมาจากรัสเซีย มาสโลว์เป็นพี่ชายคนโตในพี่น้องทั้งหมด 7 คน มาสโลว์ เริ่มต้นการศึกษาใน ระดับปริญญาในวิชากฎหมายตามคำแนะนำของพ่อที่ City College of New York แต่เมื่อเรียนไปเพียง 2 สัปดาห์เขาก็ตัดสินใจว่าเขาไม่สามารถเป็นนักกฎหมายได้ เขาจึงเปลี่ยนมาศึกษาที่มหาวิทยาลัย Cornell และต่อมาก็มาเรียนที่มหาวิทยาลัย Wisconsin ในสาขาจิตวิทยา เขาได้รับปริญญาตรี เมื่อ ค.ศ. 1930 ปริญญาโท ในปี ค.ศ. 1931 และปริญญาเอกในปี ค.ศ. 1934 ทางด้านชีวิตครอบครัว เขาได้แต่งงาน กับ Bertha Goodman ซึ่ง มาสโลว์ ยกย่องภรรยาว่ามีความสำคัญต่อชีวิตของเขามาก

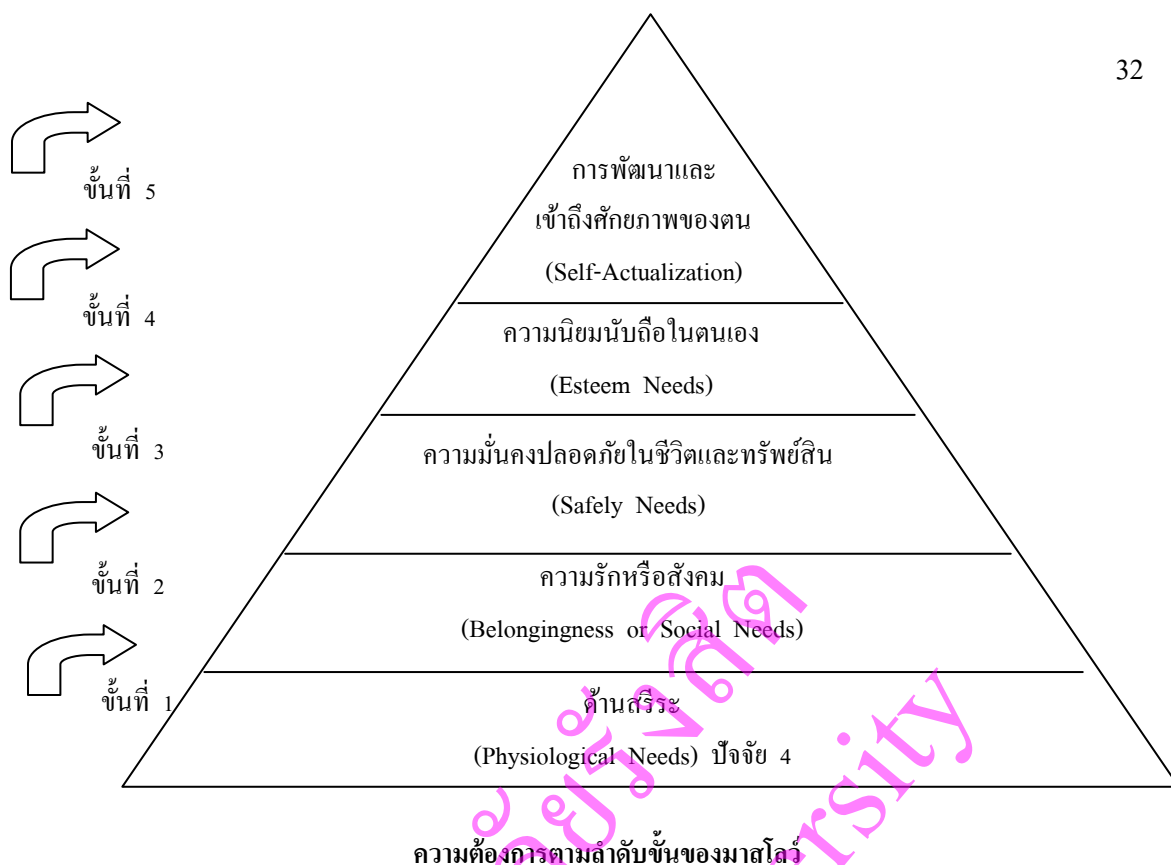
อับราฮัม มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแบรนดีส์ ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งขึ้นมา มาสโลว์ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐานรากฐานสามข้อ คือ

1. บุคคลคือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาเข้าได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจ

2. ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ)

3. บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไปเมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม

อับบราฮัม มาสโลว์ เชื่อว่า มนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ชั้นด้วยกัน ความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีการเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปหาขั้นสูงสุด มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้จนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดความต้องการในขั้นสูงต่อไป ความต้องการในขั้นต่ำกว่าจะต้องได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจเสียก่อนเสมอ แต่ไม่จำเป็นต้องบรรลุทั้งหมด มนุษย์จึงจะเกิดความต้องการขั้นสูงได้ และความพอใจจากการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลก็ไม่เท่ากัน บางคนร่ำรวยเป็นเศรษฐี แต่ยังไม่ผ่านความต้องการขั้นที่ 1 เนื่องจากมีความต้องการมากเกินไป ความต้องการเหล่านี้ก็คือแรงจูงใจที่ให้คุณค่าพฤติกรรม ความต้องการทั้ง 5 ชั้น เรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปยังขั้นสูงสุด ดังนี้



รูปที่ 2.4 ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

ที่มา : Scribd (2011:3)

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกาย จะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดยมาสโลว์ เป็นความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย เป็นต้น ความต้องการนี้สนองตอบแรงขับทางกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค (ตามปัจจัยสี่) ฯลฯ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน และเพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ในทำนองเดียวกันเวลาพักจะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานด้วยที่เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขาได้ บริษัทมากขึ้นทุกทีกำลังมีโครงการออกกำลังกายนี้จะช่วยให้พนักงานมีสุขภาพดีด้วยการตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขา บุคคลที่หิวจนเกินไปหรือเจ็บป่วยจนเกินไปยากที่จะมีส่วนช่วยต่อบริษัทของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและ

สภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพออุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัย

ความต้องการลำดับที่สองของมาสโลว์ จะถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ โดยปราศจากความกลัวการสูญเสียและภัยอันตรายทั้งปวง เช่น สภาพบ้านที่มั่นคง เงินออม ฯลฯ ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว บริษัทสามารถทำได้หลายสิ่งหลายอย่างเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น บริษัทอาจจะให้การประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควร และการยอมให้มีสภาพแรงงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการทางสังคมคือ ความ

ต้องการระดับสามที่ระบุโดยมาสโลว์ ความต้องการทางสังคมจะหมายถึงความต้องการที่จะเกี่ยวพันการมีเพื่อนและการถูกยอมรับ โดยบุคคลอื่น ความต้องการเป็นเจ้าของและมีเจ้าของ ต้องการมีความรักในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความรักระหว่าง คู่รัก พ่อ แม่-ลูก เพื่อน สามัคคี-ภรรยา ความต้องการได้รับคำชมเชยจากผู้อื่น ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่สองได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทอาจจะกระตุ้นการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงของสำนักงาน ทีมฟุตบอล หรือ โบว์ลิ่งของบริษัทจะให้โอกาสของการตอบสนองความต้องการทางสังคมด้วย การเป็นสมาชิกสโมสรของบริษัทจะให้โอกาสที่ดีแก่ผู้บริหารเพื่อ “การสร้างเครือข่าย” กับผู้บริหารคนอื่น ในขณะที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมของพวกเขาได้ด้วย ก่อนหน้านี้เราได้กล่าวถึง โครงการสุขภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้ โครงการสุขภาพนี้สามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ด้วย ความจริงแล้วการทำงานหรือการเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานจะให้โอกาสที่ดีเยี่ยมต่อการมีเพื่อน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความต้องการทางสังคมจะถูกกระตุ้นภายใต้สภาวะที่ “ความไม่แน่นอนทางองค์กร” มีอยู่ เช่น เมื่อความเป็นไปได้ของการรวมบริษัท ได้คุกคามความมั่นคงของงาน ภายใต้สภาวะเช่นนี้บุคคลจะแสวงหาความเป็นมิตรจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นไปอยู่

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเกียรติยศ

ชื่อเสียงคือ ความต้องการระดับที่สี่ ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจาก

บุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น พวกเขาอาจจะได้รับเชิญงานเลี้ยงเพื่อที่จะยกย่องความสำเร็จที่ดีเด่น การพิมพ์เรื่องราวภายในจดหมายข่าวของบริษัท เพื่อที่จะพรรณนาความสำเร็จของบุคคล การให้กุญแจห้องน้ำแก่ผู้บริการ การให้ที่จอดรถยนต์ส่วนบุคคล และการประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ล้วนแต่เป็นตัวอย่างของสิ่งที่สามารถกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การให้รางวัลเป็นนาฬิกาและเพชรแก่การบริการที่ดี และรางวัลราคาถูก เช่น ที-เชิ้ต และเหยือกเบียร์จะมีประโยชน์ต่อการยกย่องด้วย

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการ โอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์ภายในงาน หรือพวกเขาอาจจะต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ บริษัทได้พยายามจูงใจบุคคลเหล่านี้ด้วยการเสนอตำแหน่งที่ท้าทายแก่พวกเขา ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเองด้วยการ ใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถของพวกเขา การเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่เป็นความต้องการเดิมตนเองให้เต็ม รับรู้ความสามารถทุกอย่างที่เขาสามารถจะทำได้หรือทำได้ แต่คนส่วนใหญ่มักจะไปไม่ถึงขั้นนี้ แม้ว่าเขาจะสนองตอบความต้องการระดับที่ต่ำกว่าทั้ง 4 ขั้นได้ในระดับที่พึงพอใจแล้วก็ตาม ลักษณะที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นบุคคลที่บรรลุขั้นที่ 5 หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าขั้นต้องการพัฒนาและเข้าถึงศักยภาพที่แท้จริงของตน มีดังนี้ จาก 15 คุณลักษณะ เช่น

- รับรู้ความเป็นจริงอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง
- ยอมรับในความเป็นตนเอง และผู้อื่นอย่างที่เขาเป็นตัดสินเขาโดยปราศจากความคิดวิตกกังวลหรือรู้สึกผิด
- สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มีความชื่นชมต่อธรรมชาติ มองเห็นสิ่งที่ซ่อนอยู่ในความธรรมดาได้ เช่น ภาพเด็กคูคนมมารดา เป็นต้น
- มีความเป็นประชาธิปไตย
- มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

ความต้องการทั้ง 5 เป็นลำดับขั้นนั้น หากความต้องการขั้นแรกไม่ได้รับ การตอบสนอง เช่น หากยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการทางกาย อาหารไม่พอรับประทาน ยังไม่มีบ้านอยู่ ยังขาดยารักษาโรค บุคคลจะมีพฤติกรรมต่างๆ เพื่อแสวงหาสิ่งเหล่านี้จนเป็นที่

พอใจ จึงจะเกิดความต้องการความมั่นคงปลอดภัยขึ้น เช่น เริ่มมีการเก็บออมเงินเพื่อชีวิตภายหลังหน้า เป็นต้น ประเทศใดเมื่อใดที่ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนของตนอยู่ดีกินดีได้ จะหวังให้ประชาชนมีพฤติกรรมมุ่งหวังสู่ความสำเร็จนั้นเป็นไปได้ยากในทัศนะของมาสโลว์ จะเห็นได้ว่าความต้องการเหล่านี้ก็คือแรงจูงใจให้บุคคลเกิดการตอบสนองนั่นเอง

ดังนั้นเมื่อดูตามหลักทฤษฎีของมาสโลว์แล้ว จะเห็นว่าบุคคลจะถูกจูงใจให้ตอบสนองความต้องการระดับต่ำก่อนที่พวกเขาจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับสูงยิ่งกว่านั้นเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งถูกตอบสนองแล้วความต้องการนี้จะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจที่มีพลังต่อไปอีก

ทฤษฎีของมาสโลว์เป็นทฤษฎีที่ถูกสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองตามสมควรแล้วความต้องการเหล่านี้จะหยุดเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรม เมื่อต้องการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในหน่วยงาน ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ ความต้องการในระดับต่ำอาจได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและในส่วนที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป เช่น ในหน่วยงานที่จัดให้มีรายได้พอสมควรแล้วและสภาพแวดล้อมของงานดีแล้ว การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้นจะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลยเนื่องจากบุคคลส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้ว

Clayton P. Alderfer

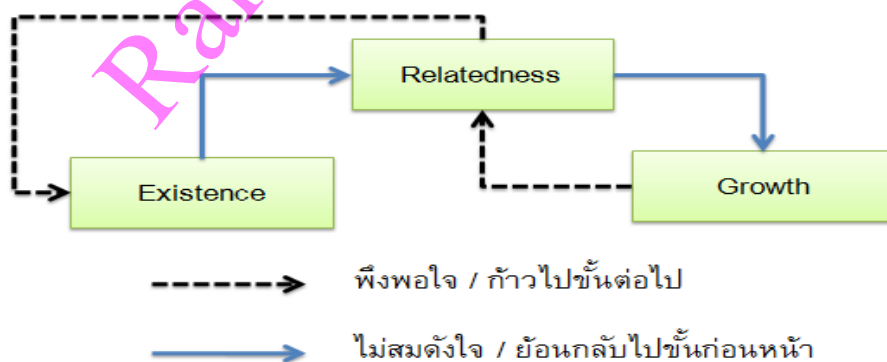
ERG Theory



รูปที่ 2.5 Clayton P. Alderfer

ที่มา : Scribd (2011:9)

นักจิตวิทยาชื่อ Clayton P. Alderfer เป็นนักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้มีแนวคิดว่าความต้องการของคนเรานั้นไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับขั้นอย่างที่มาสโลว์พูดเสมอไป Alderfer จึงได้เสนอโมเดลที่เรียกว่า ERG Needs Model มาดังรูปด้านล่าง



รูปที่ 2.6 ERG Model

ที่มา : Scribd (2011:9)

โดยแต่ละ Construct หรือตัวแปรใน โมเดลนี้มีความหมายดังนี้

1. **Existence** หมายถึง ความต้องการในการที่จะดำรงอยู่ ซึ่งก็คือ ปัจจัย 4 (อาหาร, เครื่องนุ่งห่ม, ที่อยู่อาศัย และ ยารักษาโรค) และ ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน หรือเทียบง่ายๆ ก็คือ ความต้องการในลำดับขั้นที่ 1 และ 2 (ในส่วนของความปลอดภัย ในด้านกายภาพ หรือ Physical Security) ตามแนวคิดของมาสโลว์นั่นเอง

2. **Relatedness** หมายถึง ความต้องการในการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ซึ่งในที่นี้ก็หมายถึงความต้องการในลำดับขั้นที่ 2 (ในส่วนของความปลอดภัยในความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่น หรือ Interpersonal Security) ขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4 (ในส่วนของ การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น หรือ Social Esteem) ของมาสโลว์ นั่นเอง

3. **Growth** หมายถึง ความต้องการที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้า และสามารถได้รับการนับถือในตนเอง ซึ่งเทียบได้กับความต้องการในลำดับขั้นที่ 4 (ในส่วนของ การยอมรับนับถือตนเอง หรือ Self-esteem) และลำดับขั้นที่ 5 ของมาสโลว์

ตารางเปรียบเทียบความคล้ายคลึงกันของแนวคิดของ Alderfer และ Maslow



รูปที่ 2.7 เปรียบเทียบ ERG Model กับ Maslow's Hierarchy Needs

ที่มา : Scribd (2011:16)

โดย Alderfer ยังคงมองว่า เมื่อแต่ละลำดับขั้นได้รับการเติมเต็มจนพอใจแล้ว ก็จะมีการพัฒนาไปยังลำดับขั้นต่อไป นั่นก็คือ พัฒนาจาก Existence -> Relatedness -> Growth นั่นเอง ซึ่งทฤษฎี E.R.G ของ Alderfer ก็มีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ของ Maslow ที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ตอบสนองจะจูงใจบุคคลและเห็นได้ว่า โดยทั่วไปบุคคลจะก้าวขึ้นไปตามลำดับของความต้องการจากระดับต่ำกว่าก่อนความต้องการระดับสูง เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับต่ำจะมีความสำคัญน้อยลง แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์บางอย่าง บุคคลอาจจะกลับมายังความต้องการระดับต่ำได้ เช่น บุคคลที่คับข้องใจภายใน การตอบสนองความต้องการการเจริญเติบโต อาจจะถูกใจให้ตอบสนองความต้องการความสัมพันธ์ที่ต่ำลงมา จึงทำให้ทฤษฎีนี้มีทั้ง ส่วนเหมือนและส่วนต่างกับทฤษฎีความต้องการของ Maslow แต่ความแตกต่างของแนวคิดของ Alderfer กับมาสโลว์ที่สำคัญคือ

1. Alderfer เสนอว่า ความต้องการ ในแต่ละลำดับขั้นตามแนวคิด ERG Theory นั้นสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องเรียงลำดับ และสามารถเกิดขึ้นพร้อมๆ กันได้มากกว่าหนึ่งขั้น จึงสามารถอธิบายเรื่องที่บางคนที่มีแม้จะยังมีความต้องการในเรื่องของปัจจัย 4 ยังไม่ครบแต่กลับมีความต้องการด้านการเติบโตอยู่มากได้

2. หากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ คนเราจะเกิดความสับสน (Frustration) แล้วก็จะหันกลับไปมีความต้องการในลำดับขั้นที่ต่ำกว่าแทน เช่น หากไม่ได้รับการตอบสนองในส่วนของการเจริญเติบโต (Growth) อย่างพอเพียง ก็จะหันไปมีความต้องการในการได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่น การได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น (Relatedness) แทน

Frederick Herzberg

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Two-Factor Theory)



รูปที่ 2.8 Frederick Herzberg

ที่มา : Scribd (2011:12)

ประวัติส่วนตัว และประสบการณ์ Frederick Herzberg สัญชาติอเมริกัน เกิดเมื่อวันที่ 18 เมษายน 1923 ที่ Lynn, Massachusetts, U.S. การศึกษาปริญญาเอกจิตวิทยา ด้านหลักการจูงใจ หรือ Motivation เสียชีวิตเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2000 ที่ University Hospital, Salt Lake City, U.S.

Frederick Herzberg เข้าศึกษาระดับปริญญาตรีที่ City College of New York ต้องไปรับราชการทหารเป็นกองลาดตระเวนทำให้ต้องพักการเรียนชั่วระยะหนึ่งได้รับแรงบันดาลใจเรื่องการจูงใจ (Motivation) จากการที่ท่านได้มีโอกาสพูดคุยกับชาวเยอรมันที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้ๆ ฐาน Dachau concentration camp และสังคมนั้นเป็นกลุ่มคนที่มีระดับการจูงใจสูงมาก

Frederick Herzberg สอนหนังสือและทำงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาที่ Case Western Reserve University ใน Cleveland ก่อตั้ง Department of Industrial Mental Health สอนวิชาบริหารที่ University of Utah และได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจูงใจมนุษย์ในสถานการณ์การทำงาน - ปี 1959 Herzberg ได้ร่วมกับ Bernard Mausner และ Babara Synderman ทำการวิจัยและเขียนหนังสือ the Motivation at Work

เฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลาย คือ ทฤษฎีสองปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนหรือปัจจัยภายนอก (ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยเกื้อหนุน) และปัจจัยภายใน (ปัจจัยจูงใจ)



รูปที่ 2.9 ทฤษฎีสองปัจจัย

ที่มา : Scribd (2011:13)

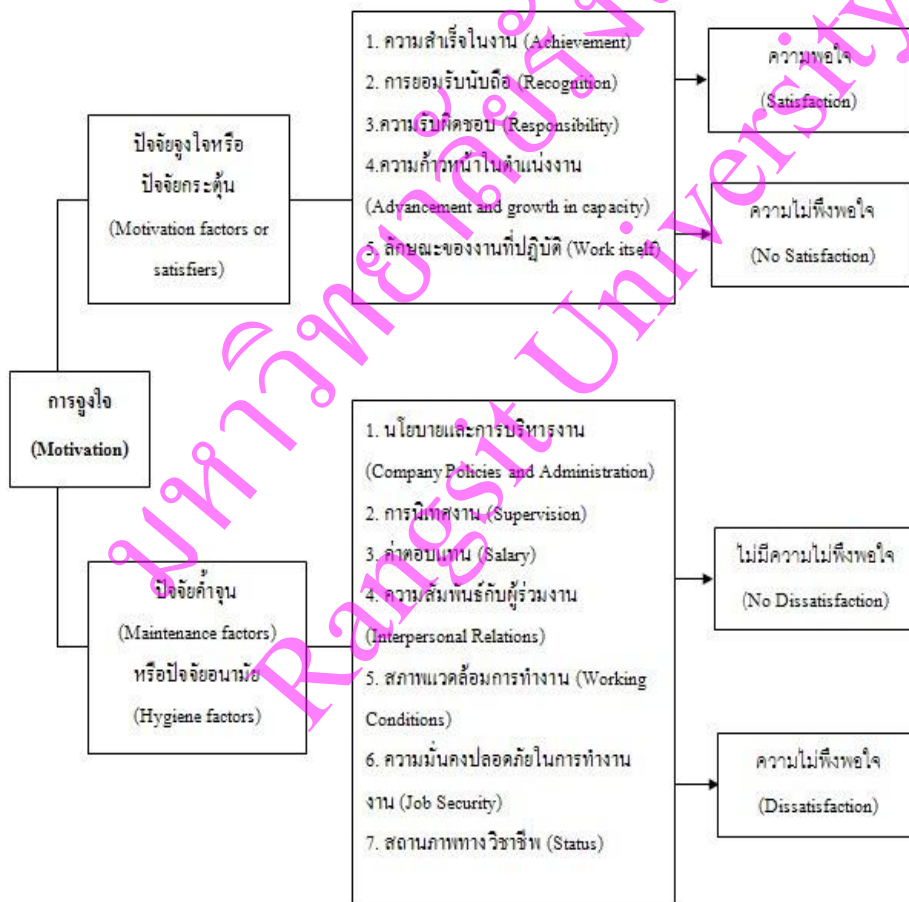
1. ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการทำงาน และวิธีการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ถ้าหากไม่เหมาะสม หรือบกพร่องไป จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่งถ้ามีพร้อมสมบูรณ์ก็ไม่สามารถสร้างความพอใจในงานได้ แต่ยังคงปฏิบัติงานอยู่ เพราะเป็นปัจจัยที่ป้องกันความไม่พอใจในงานเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้คนทำงาน โดยมีประสิทธิภาพ หรือผลผลิตมากขึ้นได้ ตัวอย่างปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ นโยบายของหน่วยงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน แบบการบริหารงาน เงินเดือน สวัสดิการต่างๆ ความมั่นคง ความปลอดภัย เป็นต้น

2. ปัจจัยจูงใจ (motivating factors) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน และทำให้ผู้ปฏิบัติมีความพอใจในงาน ใช้ความพยายาม และความสามารถทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง ได้รับผิชอบในงาน ลักษณะงานที่ท้าทาย เหมาะกับระดับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าและพัฒนาตนเองให้สูงขึ้น เป็นต้น

การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานจึงมีสองขั้นตอน คือ

ตอนแรกหัวหน้างานหรือผู้บริหารต้องตรวจสอบให้มั่นใจว่าปัจจัยอนามัยไม่ขาดแคลนหรือบกพร่อง เช่น ระดับเงินเดือนค่าจ้างเหมาะสม งานมีความมั่นคง สภาพแวดล้อมปลอดภัย และอื่นๆ จนแน่ใจว่าความรู้สึกไม่พอใจจะไม่เกิดขึ้นในหมู่ผู้ปฏิบัติงาน

ในตอนที่สองคือ การให้โอกาสที่จะได้รับปัจจัยจูงใจ เช่น การได้รับการยกย่อง ในความสำเร็จและผลการปฏิบัติงาน มอบความรับผิดชอบ ตามสัดส่วน ให้โอกาสใช้ความสามารถในงานสำคัญ ซึ่งอาจต้องมีการออกแบบการทำงานให้เหมาะสมด้วย การตอบสนอง ด้วย ปัจจัยอนามัยก่อน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกลาง ไม่มีความไม่พอใจ แล้วจึงใช้ปัจจัยจูงใจเพื่อสร้างความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้



รูปที่ 2.10 กรอบแนวคิดการจูงใจ

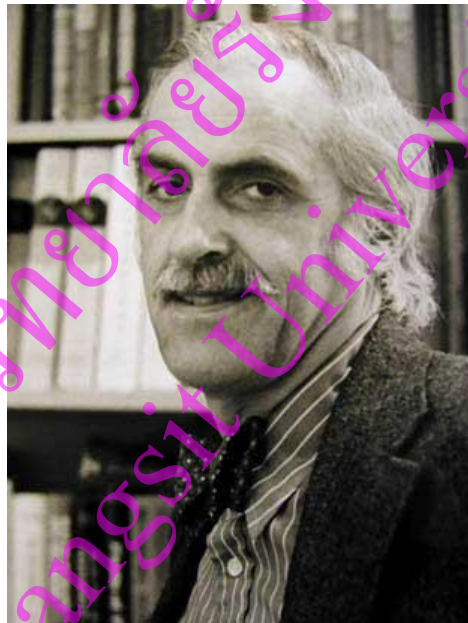
ที่มา : Scribd (2011:14)

กรอบแนวคิดนี้พัฒนามาจากทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factors Theory) ของ Ferderick Herzberg (Herzberg อ้างในกาญจนา กาญจนะ, 2542)

เฮิร์ซเบิร์กได้ลดความต้องการห้าขั้นของมาสโลว์เหลือเพียงสองระดับ คือ ปัจจัยอนามัย เทียบได้กับ การสนองตอบต่อ ความต้องการ ระดับต่ำ (ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางสังคม) ส่วนปัจจัยจูงใจเทียบได้กับ การสนองตอบ ต่อความต้องการระดับสูง (เกียรติยศชื่อเสียงและความสมบูรณ์ในชีวิต)

David C. McClelland

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory)



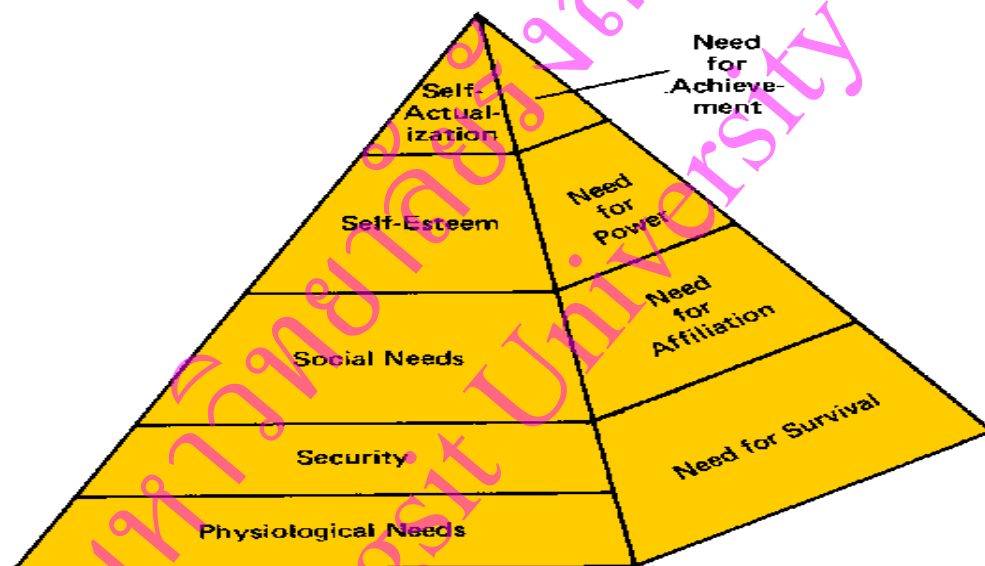
รูปที่ 2.11 David C.McClelland

ที่มา : Scribd (2011:15)

David C. McClelland ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยา จากมหาวิทยาลัย Harvard กับบทความที่มีชื่อเสียงของเขาคือตีพิมพ์ในวารสารนักจิตวิทยาอเมริกัน เรื่อง Testing for Competence Rather than for Intelligence ในปี ค.ศ. 1973

การศึกษาทางด้านจิตวิทยามักเป็นการศึกษาต่อมาจากแนวคิดที่เคยมีผู้เสนอไว้แล้วในอดีต แนวคิดของ McClelland ก็เช่นกัน กล่าวกันว่าแนวคิดของ McClelland ไม่ใช่แนวคิดใหม่เสียทีเดียว เพราะในปี ค.ศ. 1920 Frederick Taylor บิดาของวิทยาศาสตร์การจัดการได้กล่าวถึงสิ่งที่ยั่งยืนกับสมรรถนะมาก่อน (Raelin & Cooledge, 1996) อย่างไรก็ตามก็ดี McClelland ได้นำสมรรถนะมาสู่การปฏิบัติอย่างเป็นทางการ

เดวิด ซี แมคเคลแลนค์ เป็นผู้เสนอทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ขึ้น โดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้องซึ่งความต้องการจึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรียนรู้ว่าในทางสังคมแล้ว เรามีความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ



รูปที่ 2.12 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

ที่มา : Scribd (2011 : 16)

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีมาตรฐานสูงขึ้นในชีวิต มีผู้มีความต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- มีเป้าหมายในการทำงานสูง ชัดเจนและท้าทายความสามารถ
- มุ่งที่ความสำเร็จของงานมากกว่ารางวัล หรือผลตอบแทนเป็น

เงินทอง

- ต้องการข้อมูลย้อนกลับในความก้าวหน้าสู่ความสำเร็จทุกระดับ

- รับผิดชอบงานส่วนตัวมากกว่าการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

2. ความต้องการอำนาจ (Need for power) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุม สร้างอิทธิพล หรือรับผิดชอบในกิจกรรมของผู้อื่น ผู้มีความต้องการอำนาจจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- แสวงหาโอกาสในการควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น

- ชอบการแข่งขันในสถานการณ์ที่มีโอกาสให้ตนเองครอบงำคนอื่นได้

- สนุกสนานในการเชิญหน้าหรือโต้แย้ง ต่อสู้กับผู้อื่น

ความต้องการอำนาจมีสองลักษณะ คือ อำนาจบุคคล และอำนาจสถาบัน อำนาจบุคคลมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าองค์กร แต่อำนาจสถาบันมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยทำงานร่วมกับคนอื่น

3. ความต้องการความผูกพัน (Need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไว้อย่างใกล้ชิด ผู้มีความต้องการความผูกพันมีลักษณะ ดังนี้

- พยายามสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพและมิตรภาพให้ยั่งยืน

- อยากให้บุคคลอื่นชื่นชอบตัวเอง

- สนุกสนานกับงานเลี้ยง กิจกรรมทางสังคม และการพบปะสังสรรค์

ต่างๆ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง

2. ต้องการงานที่มีระดับยากง่ายพอดี ไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปกว่าความสามารถความสามารถของเขา

3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้ว McClelland ได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่เขาทำด้วย

สัดส่วนของความต้องการทั้งสามนี้ ในแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน บางคนอาจมีความต้องการอำนาจสูงกว่าความต้องการด้านอื่น ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจมีความต้องการความสำเร็จสูง เป็นต้น ซึ่งจะเป็นส่วนที่แสดงอุปนิสัยของคนคนนั้น ได้ดังนั้นเมื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรหรือหน่วยงาน ก็จะทำให้ผู้ที่นำไปใช้ต้องคอยตอบสนองความต้องการเหล่านั้นให้กับบุคลากรในหน่วยงานของตนเพื่อให้คนเหล่านั้นสามารถนำความสามารถของตนออกมาใช้ได้อย่างเต็มความสามารถ

สรุปได้ว่า ในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกทฤษฎีของ McClelland คือ ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ มาใช้อ้างอิงในกรอบแนวคิดซึ่งเป็นหนึ่งในตัวแปรตามและนำทฤษฎีนี้รองรับแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกความต้องการของ McClelland มาใช้อ้างอิง 2 ข้อเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ หรือที่เรียกว่า แรงจูงใจใฝ่อำนาจ และ ความต้องการอำนาจ หรือที่เรียกว่า แรงจูงใจใฝ่อำนาจ เนื่องจากความต้องการทั้ง 2 ข้อนี้มีความเหมาะสมและตรงกับลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

2.1.9.2 ทฤษฎีแรงจูงใจอื่นๆ

ทฤษฎีแรงจูงใจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ คือ

1. ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้นทุกพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าวิเคราะห์ดูแล้วจะเห็นว่าได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นส่วนใหญ่ โดยประสบการณ์ในด้านดีและกลายเป็นแรงจูงใจทางบวกที่ส่งผลเร็วให้มนุษย์มีความต้องการแสดงพฤติกรรมในทิศทางนั้นมากยิ่งขึ้นทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic Motivation)

2. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนเองชื่นชม หรือคนที่มีความเชื่อในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

3. ทฤษฎีพุทธินิยม (Cognitive View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ (Perceive) สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยความสามารถทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญ มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากหลายๆ ทางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งในสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะเกิดความไม่สมดุล (Disequilibrium) ขึ้น เมื่อเกิดสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะต้อง อาศัยขบวนการดูดซึม (Assimilation) และการปรับ (Accommodation) ความแตกต่างของประสบการณ์ที่ได้รับใหม่ ให้เข้ากับความสมดุลเดิมของตนซึ่งการจะทำให้ได้จะต้องอาศัยสติปัญญาเป็นพื้นฐานที่สำคัญ ทฤษฎีนี้เน้นเรื่องแรงจูงใจภายใน (intrinsic Motivation) นอกจากนี้ทฤษฎีนี้ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการวางแผน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration) โดยที่เขาถือว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะตั้ง ความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ และตรงกันข้ามคือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลง เมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้วล้มเหลว

ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic View of Motivation)

แนวความคิดนี้เป็นของมาสโลว์ (Maslow) ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ โดยที่ความต้องการจะเป็น ตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่ความต้องการนั้น ดังนั้นถ้าเข้าใจความต้องการของมนุษย์ก็สามารถ อธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน

2.1.9.3 ทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลแลนด์

จอห์น แอล ฮอลแลนด์ (John L. Holland) เป็นผู้สร้าง "แบบสำรวจความพอใจในอาชีพ" (The Vocational Preference Inventory) ได้สร้าง "ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ขึ้นโดยมีความคิดพื้นฐาน 4 ประการ (Holland, 1973: 2 - 4) ดังนี้

1. บุคลิกภาพของบุคคลทั่วไปแบ่งได้เป็น 6 ลักษณะตามความสนใจอาชีพประเภทต่างๆ ต่อไปนี้คือ งานช่างฝีมือและกลางแจ้ง งานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี งานบริการการศึกษาและสังคม งานสำนักงานและเสมียน งานจัดการและค้าขาย งานศิลปะดนตรีและวรรณกรรม บุคลิกภาพแต่ละลักษณะเป็นผลจากการปะทะสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ กับแรงผลักดันส่วนบุคคลซึ่ง

ประกอบด้วยศักดิ์ตระกูล บิดามารดา ระดับชั้นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพประสบการณ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนี้จะกลายเป็นความสนใจ และจากความสนใจจะนำไปสู่ความสามารถเฉพาะ ที่ยที่สุดความสนใจและความสามารถเฉพาะจะกำหนดให้บุคคลึกคิด รับรู้ และแสดงเอกลักษณ์ของตน

2. สิ่งแวดล้อมของบุคคลก็แบ่งได้เป็น 6 อย่างตามความสนใจอาชีพประเภทต่างๆ ข้างต้นเช่นเดียวกัน สิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างนี้ถูกรอบงำโดยบุคลิกภาพ และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาและความกดดันบางประการ และโดยเหตุที่บุคลิกภาพต่างกัน ทำให้ความสนใจและความถนัดต่างกันด้วย บุคคลจึงมีแนวโน้มจะหันเข้าหาบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน ดังนั้น บุคคลในกลุ่มเดียวกันจึงมักจะมีอะไร ๆ คล้าย ๆ กัน

3. บุคคลจะค้นหาสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เขาได้ฝึกทักษะและใช้ความสามารถของเขาทั้งยังเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงทัศนคติ ค่านิยม และบทบาทของเขา

4. พฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ เมื่อเราทราบบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคลก็จะทำให้เราทราบถึง ผลที่จะติดตามมาด้วย ซึ่งได้แก่การเลือกอาชีพ การเปลี่ยนงาน ความสำเร็จในอาชีพ ความสามารถเฉพาะ พฤติกรรมทางการศึกษาและสังคม

นอกจากความคิดพื้นฐาน 4 ประการข้างต้นแล้ว ฮอลแลนด์ยังมีแนวคิดปลีกย่อยเพิ่มเติมอีก 4 ประการ (Holland, 1973: 4-5) ดังนี้

1. ความสอดคล้องต้องการ (Consistency) บุคลิกภาพบางลักษณะมีความสอดคล้องต้องการ เช่น บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้งกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หรือบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมือนกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะดนตรี และวรรณกรรม

2. ความแตกต่างกัน (Differentiation) โดยปกติ บุคคลจะมีบุคลิกภาพเด่นชัดอยู่ลักษณะหนึ่ง แม้จะมีบุคลิกลักษณะอื่น ๆ ประปรายอยู่บ้าง แต่บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพลักษณะต่าง ๆ อยู่ในระดับใกล้เคียงกันจนยากต่อการชี้ชัดลงไปว่า บุคคลนั้นมีบุคลิกภาพลักษณะใด

3. ความเหมาะสมกัน (Congruence) บุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมต้องมีความเหมาะสมกัน เช่น สิ่งแวดล้อมของผู้มีความสนใจประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง ย่อมเหมาะสมกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทนี้มากกว่าบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจประเภทอื่น

4. การคาดคะเน (Calculus) โดยเหตุที่บุคลิกภาพแต่ละลักษณะและสิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างมิได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด และต่างก็มีความสัมพันธ์ภายในกันอยู่ ดังนั้นเมื่อบุคลิกภาพบุคลิกภาพลักษณะหนึ่งก็ทำให้สามารถคาดคะเนถึงบุคลิกภาพลักษณะอื่นได้ด้วย

ที่มาของทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลแลนด์

"ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ของฮอลแลนด์เป็นผลจากการสังเกตของเขาและของคนอื่นๆ เกี่ยวกับความสนใจ ลักษณะและพฤติกรรมของบุคคล และมีส่วนสัมพันธ์กับทฤษฎีของกิลฟอร์ด (Guilford 1954) ซึ่งได้วิเคราะห์บุคลิกภาพและความสนใจของบุคคลออกเป็น 6 ประเภท คือ ด้านจักรกล ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านบริการสังคม ด้านสารบรรณ ด้านธุรกิจ และด้านศิลปะ นอกจากนี้ทฤษฎีของฮอลแลนด์ยังมีส่วนคล้ายคลึงกันกับทฤษฎีของแอดเลอร์ (Adler, 1939) ของฟรอมม์ (Fromm, 1947) ของจุง (Jung, 1933) ของเชลดอน (Sheldon, 1954) ของสแปร็งเจอร์ (Spranger, 1928) โดยเฉพาะการประเมินสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยจำแนกลักษณะของบุคคลมีแนวความคิดมาจากลินตัน (Linton, 1945) ซึ่งกล่าวว่า "แรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อมจะถูกถ่ายทอดไปยังบุคคล"

อนึ่ง ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องความต้องการ (needs) และแรงกดดัน (pressures) ของเมอร์เรย์ (Murray, 1938) ก็เป็นแรงกระตุ้นอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ฮอลแลนด์คิดทฤษฎีของเขาขึ้น กล่าวโดยสรุป "ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ของฮอลแลนด์มีแนวคิดพื้นฐานดังนี้

1. การเลือกอาชีพเป็นการแสดงออกซึ่งบุคลิกภาพ
2. แบบสำรวจความสนใจคือแบบสำรวจบุคลิกภาพ

ฮอลแลนด์ได้กล่าวถึง "การเลือกอาชีพ" ไว้ว่า "การเลือกอาชีพคือ การกระทำที่สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจ ความรู้ บุคลิกภาพ และความสามารถของบุคคล อาชีพเป็นวิถีชีวิต ส่วนสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นงานและทักษะ"

การกำหนดลักษณะบุคลิกภาพ

ฮอลแลนด์ได้จำแนกลักษณะบุคลิกภาพตามความสนใจอาชีพต่างๆ 6 ประเภท โดยมีเป้าหมายดังนี้

1. ชี้แนะประสบการณ์ที่จะนำไปสู่ลักษณะเฉพาะของบุคคล
2. อธิบายให้ทราบว่า ประสบการณ์นำไปสู่ลักษณะเฉพาะได้อย่างไร และลักษณะเฉพาะนำไปสู่พฤติกรรมได้อย่างไร
3. แยกแยะความเหมาะสมระหว่างบุคลิกภาพแต่ละลักษณะกับเหตุการณ์ที่เก่าและใหม่

1. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง (Realistic)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของ เครื่องมือ จักรกล และสัตว์เลี้ยง แต่ไม่ชอบกิจกรรมด้านการศึกษาและการแพทย์ ดังนั้นบุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางการช่าง เครื่องยนต์ การเกษตร ไฟฟ้า และเทคนิค แต่ด้อยความสามารถทางด้านสังคมและการศึกษา สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานบริการ การศึกษาและสังคม
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้มีความสามารถทางด้านเครื่องยนต์และกีฬา แต่ขาดความสามารถทางการเข้าสังคม
- 4) เขาจะนิยมสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนิยมลักษณะภายนอกของบุคคล เช่น เงิน อำนาจ สถานภาพ

และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถและค่านิยมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ขี้อาย หัวอ่อน เปิดเผย จริงจัง แข็งแรง วัตถุนิยม เป็นธรรมชาติ เรียบๆ พากเพียร เสมอต้นเสมอปลาย เก็บตัว มั่นคง มัธยัสถ์ ไม่คิดลึก ไม่หมกมุ่น

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ ช่างไฟฟ้า ช่างประปา ช่างวิทยุ ช่างทำบล็อค คนขับรถ ขุดดิน เป็นต้น

2. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Investigative)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเกตสัญลักษณ์ การจัดระบบ การทดลองด้านกายภาพ ชีวภาพ และปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อจะได้เข้าใจและควบคุมปรากฏการณ์นั้น ๆ แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักชวน การเข้าสังคม และการเลียนแบบ ดังนั้นบุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์และการคำนวณ แต่ด้อยความสามารถทางการโฆษณาชักชวน สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และไม่ชอบอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะนักวิชาการ เชื่อมั่นในความคิดของตนเอง มีความสามารถทางการคำนวณและวิทยาศาสตร์ แต่ขาดความสามารถทางการเป็นผู้นำ

4) เขจะมีค่านิยมทางด้านวิทยาศาสตร์ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้เป็นคือ ชอบวิเคราะห์ รอบคอบ เป็นนักวิจารณ์ ใฝ่รู้ รักอิสระ ฉลาด เกือบตัว มีหลักการ อดทน เดียวขาด มีเหตุผล ไว้ตัว

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักอุตุนิยมวิทยา นักชีววิทยา นักเคมี นักฟิสิกส์ นักเขียนบทความทางวิชาการ เป็นต้น

3. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานบริการการศึกษาและสังคม (Social)

พันธกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ การฝึกหัด การพัฒนา การอนุรักษ์ และการสั่งสอน แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ เครื่องมือ เครื่องยนต์ ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านมนุษยสัมพันธ์ เช่นงาน ประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ แต่ด้วยความสามารถด้านการช่างและเทคนิค สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

5) ชอบอาชีพประเภทงานบริการการศึกษาและสังคม แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง

6) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่นๆ

7) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะคนที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เข้าใจผู้อื่น มีความสามารถทางการสอน แต่ขาดความสามารถทางด้านเครื่องยนต์และวิทยาศาสตร์

8) เขจะมีค่านิยมเกี่ยวกับปัญหาและกิจกรรมด้านสังคมและการกีฬา และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้เป็นคือ มีอำนาจ ให้ความร่วมมือ มีความเป็นหญิง มีไมตรีจิต กว้างขวาง ชอบบำเพ็ญประโยชน์ มีอุดมคติ มีความคิดลึกซึ้ง เมตตากรุณา จุใจคนเก่ง มีความรับผิดชอบ ชอบเข้าสังคม รู้จักกาลเทศะ มีความเข้าใจเพื่อนมนุษย์

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ ครู นักจิตวิทยา จิตแพทย์ นักสังคมสงเคราะห์ ที่ปรึกษาปัญหาส่วนตัว เป็นต้น

4. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน (Conventional)

พันธกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม เป็นการ จัดระบบหรือระเบียบ เช่น เก็บรายงาน จัดข้อมูล คัดลอกข้อมูล จัดหมวดหมู่รายงาน และข้อมูล

เกี่ยวกับตัวเลข แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เป็นนามธรรม มีอิสระ ต้องค้นคว้า ไม่เป็นระบบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านงานสารบรรณ การคำนวณ งานธุรกิจ แต่ด้อยความสามารถทางด้านศิลปะ สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรี และวรรณกรรม
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้ชอบเลียนแบบ ชอบจัดระเบียบ มีความสามารถทางด้านงานสารบรรณและตัวเลข แต่ขาดความสามารถทางด้านศิลปะ
- 4) เขาจะนิยมผู้ประสบความสำเร็จด้านงานธุรกิจและเศรษฐกิจ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ชอบเลียนแบบ ยุติธรรม วางท่า มีสมรรถภาพ ไม่ยึดหยุ่น มีหิริ โศค ปะ อ่อน น้อม เรียบร้อย พากเพียร คล่องแคล่ว เจ้าระเบียบ เชื้อกเย็น ไม่มีจินตนาการ

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักบัญชี ผู้ดูแลสินค้าในสต็อก ผู้ควบคุมเครื่องคอมพิวเตอร์ เสมียนจ่ายเงิน พนักงานจดคำให้การในศาล เป็นต้น

5. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย (Enterprising)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน หรือผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเกต เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นระเบียบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางการเป็นผู้นำ การประชาสัมพันธ์ การชักชวน แต่ด้อยความสามารถด้านวิทยาศาสตร์

สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้กว้างขวาง มีความเชื่อมั่นในตนเอง เข้าสังคมเก่ง มีความสามารถทางการเป็นผู้นำ การพูด แต่ด้อยความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์
- 4) เขาจะนิยมผู้มีความสามารถทางการเมืองและเศรษฐกิจ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ชอบเสี่ยงภัย ทะเยอทะยาน กล้าได้กล้าเสีย น่าเชื่อถือ กระปรี้กระเปร่า เปิดเผย ใจร้อน มองโลกในแง่ดี สนุกสนาน เชื่อมั่นในตนเอง เข้าสังคมง่าย ช่างพูด

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักธุรกิจ พ่อค้า แอร์โฮสเตส นายหน้า นักจัดรายการ โทรทัศน์ เป็นต้น

6. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรีและวรรณกรรม (Artistic)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนามธรรม เป็นอิสระ ไม่เป็นระเบียบแบบแผน แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปธรรม เป็นระเบียบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านศิลปะ ภาษา ดนตรี การละคร การเขียน แต่ด้อยความสามารถด้านธุรกิจ งานสารบรรณ สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

1) ชอบอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรี และวรรณกรรม แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน

2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ

3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะคนที่ชอบแสดงออก มีความคิดริเริ่ม มีพรสวรรค์ มีความเป็นหญิง ไม่ชอบเลียนแบบ รักอิสระ มีความสามารถทางด้านศิลปะและดนตรี การแสดง การเขียน การพูด

4) เขาจะนิยมผู้มีความสามารถทางการศึกษา และโดยเหตุที่มีความสนใจความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้ คือ จุกจิก ไม่มีระเบียบ เจ้าอารมณ์ มีความเป็นหญิง มีอุดมคติ เพื่อฝัน ไม่จริงจัง ใจร้อน รักอิสระ ช่างคิด ไม่ชอบเลียนแบบ มีความคิดริเริ่ม

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักดนตรี นักประพันธ์ นักโฆษณา นักร้อง ผู้ค้า ศิลปวัตถุ เป็นต้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำของสังคม (Theory of Social Action) หรือ ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factor Theory of Decision making and Social Action)

รีดเดอร์ (Reeder, 1971: 278) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีต่อการกระทำทางสังคมว่า ในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน แต่ละบุคคลจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน โดยการตัดสินใจนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่า สอดคล้องหรือตรงกับปัญหา เหตุผลบางประการอาจจะต่อต้านการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้ตัดสินใจจะตระหนักถึงน้ำหนักของเหตุผล ที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจอาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่งประการหรือมากกว่า หรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ทั้งนี้กลุ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในบางกรณีการกระทำทางสังคมอาจจะมีทางเลือกสองหรือสามทาง ในการตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นๆ ผู้ตัดสินใจอาจจะเลือกทางเลือกที่แตกต่างกันไป จะสามารถมองเห็นเหตุผลในการตัดสินใจของแต่ละคนได้จากสิ่งที่เลือก ดังนั้นการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ด้วยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวที่มีได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยประการเดียว แต่จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่นำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ประกอบด้วย

1. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ประกอบด้วย

1.1 เป้าประสงค์ หรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ กิจกรรม วัตถุประสงค์ คุณลักษณะ ความเชื่อ ความรู้ กิจธุระหรือสภาพความเป็นอยู่ ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ล่วงหน้า และผู้กระทำจะพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

1.2 ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่ม ที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ ไม่ว่าจะเป็แนวคิดหรือความรู้นั้นเอง ซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล และพฤติกรรมทางสังคม บุคคลจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ในการกระทำทางสังคมใดๆต้องอาศัยความเชื่ออยู่ด้วยเสมอ แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อนี้จะส่งผลให้บุคคลกระทำ หรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็เป็นได้

1.3 ค่านิยม (Value) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือ เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่า วิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตัวเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์ หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วว่าจะสืบต่อกันมาด้วยประเพณี ซึ่งถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วย เช่น ไม่มีการอนุญาติ ไม่มีความร่วมมือหรืออาจลงโทษอย่างเด็ดขาดตามระเบียบ กฎหมาย ดังนั้นการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์ หรือของผู้กระทำทางสังคมส่วนหนึ่งเนื่องมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว

2. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่า บุคคลอื่นในกลุ่มหรือสังคมโดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึกหรือประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้น หรือกล่าวได้ว่าความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นยึดถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2 ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่า ตนเองผูกพันที่จะต้องการกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล เนื่องจากบุคคลนั้นๆ รู้สึกว่าตนเองมีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3 การบังคับ (Forces) เป็นความเชื่อที่อยู่ภายในใจของผู้กระทำว่า ตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกว่าไม่มีทางเลือกอื่นๆ อีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง แต่ยังไม่แน่ใจว่าการกระทำนั้นดีหรือไม่ การบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

3. ปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors)

3.1 โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่า ภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจจะประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไป จึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

3.2 ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้นๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจและกระทำทางสังคมเพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้นคดขยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใดๆจะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3 การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับจากผู้อื่นในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือก ดังนั้นบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

จากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยรีคเตอร์ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัย หรือสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมของบุคคลไว้ 10 ประการ (Reeder, 1973 : 60-74) ดังนี้

1. ในสถานการณ์การกระทำทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน ซึ่งแต่ละคนจะมีเหตุผลแต่ละอย่างในการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำ
2. บุคคลหรือองค์การตัดสินใจหรือแสดงการกระทำบนพื้นฐานของกลุ่มเหตุผล ซึ่งผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับความต้องการของเขาในสถานการณ์นั้นๆ
3. เหตุผลบางประการอาจจะสนับสนุนหรือต่อต้านการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลก็ได้
4. เหตุผลแต่ละเหตุผลในการตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำมักมีน้ำหนักที่แตกต่างกัน
5. เหตุผลที่เกี่ยวกับการตัดสินใจกระทำสิ่งใด มิใช่มาจากเหตุผลใดเหตุผลหนึ่งหรือทั้งหมด แต่เป็นกลุ่มเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นๆ
6. กลุ่มของเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นๆจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในททุกโอกาส

7. กลุ่มปัจจัยหรือเหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจกระทำทางสังคม ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

8. ในบางสถานการณ์อาจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทางเลือกที่จะตอบสนองต่อการเลือกแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์นั้น

9. ในสถานการณ์เดียวกัน แต่ละบุคคลอาจเลือกตัดสินใจแตกต่างกัน

10. เหตุผลของการตัดสินใจสามารถมองได้จากทางเลือกที่ได้เลือกแล้ว

สรุปได้ว่า การกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นของบุคคลแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกัน โดยผู้ตัดสินใจจะตระหนักดีถึงน้ำหนักของเหตุผลที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจอาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่งประการ หรือมากกว่าหนึ่งเหตุผลหรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลนั้น ก็จะมีปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ซึ่งแต่ละปัจจัย บุคคลแต่ละคนจะมีความต้องการในแต่ละปัจจัยที่ต่างกัน บางคนมีความต้องการปัจจัยดึงดูดมาก บางคนอาจจะต้องการทั้งปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันหรืออาจจะต้องการทั้งสามปัจจัยก็เป็นได้

2.3 แนวคิดทฤษฎีผู้ประกอบการ

2.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสวงกิจ (2541: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมาและคอยดูแลระคับระคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี

ธีรยุทธ วัฒนสุขโชค (2542: 66) ได้ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆอยู่ตลอดเวลาจะต้องมีความอดทนมุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆของตนนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 39) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกันและนำสติปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

สุนทร อุจจ์ศรี (2544: 16) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร หรือเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ที่ดีตามพันธกิจในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำเอาความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งแก่กิจการ

วินิจ วีรยางกูร (2545: 20) ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจต่อ โดยที่ผู้ประกอบการคนเดิมครบเกษียณอายุตาย หรือขายกิจการ โดยที่ผู้เข้ามาใหม่นั้นจะต้องพยายามให้ธุรกิจนั้นๆ ดำเนินต่อไปและผู้ดำเนินธุรกิจในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยได้รับค่านายหน้าหรือกำไรแล้วแต่จะตกลงกัน

วิชัย โธสุวรรณจินดา (2545: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้น โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร โดยมีสิ่งที่พิจารณาเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และประเมินทักษะความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

สุคนธา ปริญญาตรี (2545: 29) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

อำนาจ ชีระวิช (2546: 6) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินการและเป็นผู้ดำเนินการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

แคทลิน และแมทธิว (Catlin and Matthews, 2001: 5) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่เชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือความฝันของตนโดยมุ่งมั่นที่จะทำให้ฝันของตนเป็นจริงและเมื่อเผชิญกับความผิดหวังหรือความล้มเหลว ก็จะค้นหาทางอื่นอยู่เสมอ

สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmerer, 2003: 3) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรต่างๆที่จำเป็น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยนำทุน ที่ดิน แรงงานและวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างจำกัดมาบริหารจัดการ เพื่อให้มีต้นทุนต่ำที่สุดแต่ให้ได้กำไรหรือประโยชน์สูงสุดและต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต

2.3.2 ความสำคัญของผู้ประกอบการ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 40) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ขณะที่ปัจจัยสถานะแวดล้อมต่างๆ เป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยให้เกิดความสมบูรณ์ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ และผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ตนดำเนินอยู่และการที่ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบต่องานหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านบริหาร ด้านการวางแผน ด้านแสวงหา ด้านการติดต่อกับลูกค้า ด้านการจัดหาวัตถุดิบ จัดสรรทรัพยากรและควบคุมการผลิต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเกือบทุกหน้าที่ เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร ขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและกระจายให้แก่ฝ่ายหรือแผนกต่างๆ

แม้ว่าผู้บริหารบางแผนกจะขาดความสามารถก็ไม่กระทบความสำเร็จขององค์กรมากเท่ากับการที่ผู้บริหารของธุรกิจไม่มีทักษะหรือขาดความสามารถในการบริหารการจัดการ

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ เพราะเป็นผู้ที่บริหารงานดูแลงานทั้งหมดขององค์กรรวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับองค์กร รวมทั้งเป็นผู้ที่ต้องมีความชำนาญในธุรกิจของตน เป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยง เป็นผู้ที่มีความอดทน และมีความมุ่งมั่นที่จะนำพาธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จ

2.3.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสและหาช่องทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส อย่ามัวรีรอ มิฉะนั้นจะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใดๆ
3. ต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ออกสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูง
4. ต้องเป็นคนที่ไม่ย่อท้อ มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจจะต้องประสบกับปัญหามากมาย
5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ
6. ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกลุ่มนอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคตด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน
7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากเพื่อนๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

สุคติ รุมาคม (2544: 5 - 8) กล่าวถึงคุณลักษณะหรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ดังนี้

1. การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็นโอกาสที่จะได้กำไรและสะสมความมั่นคง ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการจะต้องคาดหวังกำไรและเผชิญกับแนวโน้มของความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

2. ผู้ประกอบการมีความพอใจส่วนบุคคลในอาชีพ ผู้ประกอบการ หรือมีแนวโน้มที่อยากจะปฏิบัติงานที่ได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นและมีความพอใจที่ได้เห็นงานสำเร็จ รักที่จะทำงานที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ตลอดเวลา

3. ครอบครัวมีส่วนในการทำให้เข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ หมายถึงการที่ครอบครัวมีธุรกิจเป็นของตนเอง ทำให้ลูกหลานรุ่นต่อไปได้เข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้จะส่งผลให้มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันพร้อมทั้งถ่ายทอดความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจของครอบครัวต่อกัน

4. ลักษณะผู้ประกอบการที่มีความเป็นอิสระและมีอำนาจในการควบคุมตนเองหรือการเป็นเจ้าของตนเองมีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลต่างๆ เข้าไปประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจและทำการตัดสินใจในงานส่วนต่างๆ ได้ และสามารถบริหารธุรกิจของตนเองได้โดยรับผิดชอบความสำเร็จหรือความล้มเหลวด้วยตนเอง

5. การเป็นผู้ประกอบการก่อให้เกิดการติดต่อทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการหลายท่านมีความรู้สึกสนุกและมีความสุขในสถานภาพสังคมแบบใหม่ที่ได้รับการนับถือจากบุคคลอื่นในสังคมเพิ่มมากขึ้น มีการติดต่อกับธุรกิจอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากอิทธิพลในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อบุคคลในการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2546: 6-8) ได้ให้ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและเป็นผู้นำในการพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นผู้ประกอบการจะมีลักษณะเป็นผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น จากลักษณะดังกล่าวจะแบ่งลักษณะผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หลายคนมักคิดว่า เงิน คือ ปัจจัยผลักดันในการเข้ามาประกอบ แต่โดยข้อเท็จจริงแล้วความต้องการความสำเร็จ ถือเป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อการจูงใจของผู้ประกอบการ ดังนั้นเมื่อพิจารณาในประเด็นนี้ เงินจึงเป็นเพียงส่วนประกอบส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จเท่านั้น

2. ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการ โดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ประกอบการ มีการควบคุมและใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้นและเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่

3. การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มหรือดำเนินการในธุรกิจของตนเองจะมีความแตกต่างกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง ย่อมจะมีความเสี่ยงทางการเงิน แต่ถ้าลาออกจากงานเดิมจะต้องประสบกับความเสี่ยงในด้านอาชีพ นอกจากนี้ความเครียดและเวลาที่ทุ่มเทในการเริ่มและดำเนินธุรกิจอาจสร้างปัญหาให้กับครอบครัวได้

4. ความเชื่อมั่นในตัวเอง บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งท้าทายได้ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่เขาต้องเผชิญกับความเสี่ยงแล้ว เชื่อว่าผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ เป็นผู้ที่โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานของความจริง

5. ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด ซึ่งเป็นเสมือนจิตใจสำนึก เพราะเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้ประกอบการจะไม่ใช่เป็นผู้ที่จวนต่อปัญหา แต่จะตอบสนองต่อปัญหาอย่างทันทีทันใด การต่อสู้กับปัญหาต่างๆที่ระดมเข้ามาเสมือนหนึ่งรู้ว่าเขาจะทำอะไรและอย่างไร

6. การมีพลังในระดับสูง ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีพลังส่วนตัวมากกว่าบุคคลทั่วไปซึ่งพลังนี้จะพบอยู่เสมอๆ ในช่วงเริ่มเปิดกิจการที่จะเห็นผู้ประกอบการได้ใช้ทั้งความพยายามทั้งหมดที่มีอยู่อย่างไม่น่าเชื่อ ทั้งความคิด ความทุ่มเท ความกระตือรือร้นและการทำงานที่หนักยาก

7. การมุ่งเน้นในอนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้น ไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นในอนาคต โดยค้นหาโอกาสและสร้างกิจกรรมของตนจากธุรกิจขนาดย่อม

8. การอดทนต่อแรงเสียดทานและความยืดหยุ่น ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แรงกดดันยิ่งมาก ยิ่งต้องมีแรงอดทนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ความสามารถในด้านความอดทนและความยืดหยุ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของผู้ประกอบการ

ช่วงเริ่มต้นกิจการ	ช่วงเติบโต
1.เป้าหมายและแผนพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น สร้างพัฒนาและเสนอความคิดสู่ตลาด	1.เป้าหมาย คือ การเติบโตแบบปกติ มีประสิทธิภาพ และกำไร รวมถึงแผนเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว
ลักษณะของผู้ประกอบการ	ลักษณะของผู้ประกอบการ
1.เนิ่นนานมากกว่าปัจจุบัน พยายามก้าวไปสู่กรอบระยะปานกลางถึงระยะยาว	1.เนิ่นนานมากกว่าปัจจุบัน พยายามก้าวไปสู่กรอบระยะปานกลางถึงระยะยาว
2.ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วยความอดทนสูงต่อแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง	2.ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วยความอดทนสูงต่อแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง
3.ความสามารถในการคิดบุกเบิกสิ่งใหม่ๆ เพื่อสนองความพอใจลูกค้า	3.ความสามารถในการฝ่าฟันอุปสรรคในช่วงเติบโตอย่างรวดเร็ว มีความชัดเจนและมีความรับผิดชอบ
4.ความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ในการประดิษฐ์คิดค้น	4.ความรู้ทางการจัดการและประสบการณ์กับคนและทรัพยากรอื่น
แบบขององค์กร	แบบขององค์กร
1.โครงสร้างแบบง่ายๆ สายการบังคับบัญชาสั้น ช่องทางการติดต่อสื่อสารในแนวระดับ	1. โครงสร้างตามหน้าที่หรือแนวคิด ตลอดจนยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารแนวระดับแบบไม่เป็นทางการ
2.อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบการ	2.มอบหมายการตัดสินใจให้กับระดับรองลงมา
3.ระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ	3.การควบคุมแบบกึ่งทางเป็นทางการ

ที่มา: อำนาจ ชีระวนิช (2546: 19)

แฮทเทน (Hatten, 1997: 31, 40) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะเป็นผู้ที่มีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจ และเห็นหนทางที่จะสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจนั้นๆ ได้
2. เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอดสาหะอดทน มุ่งมั่น ไปสู่จุดหมายของธุรกิจ ด้วยความอดทนและจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงจะพยายามใช้วิกฤติให้เป็นโอกาสเสมอ

3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ๆและมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ

4. เป็นผู้มีความรู้และใฝ่รู้ ติดตามความเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อมและปรับตัวได้ตลอดเวลา

5. เป็นผู้สร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั้นหมายถึง การมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องเป็นคนที่มีความรับผิดชอบสูง มีความกล้าเสี่ยง มีความอดทนต่อความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้น มีความอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล

2.3.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ มีดังต่อไปนี้

1. การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ

ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์ (2543: 34) หลักของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คือ เปิดโอกาสให้ลูกน้องได้ใช้ความคิดริเริ่มของตนบ้าง ให้คนงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขององค์กร เพราะฉะนั้นการคิดริเริ่มของคนงานทุกคน จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์กรเข้มแข็งขึ้น โดยแผนงานและข้อเสนอต่างๆจะเป็นเครื่องช่วยให้คนแสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มดังกล่าวได้

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ว่า สามารถคิดนอกกรอบได้โดยไม่ซ้ำแนวทางกับผู้อื่นที่เคยปฏิบัติมาแล้ว สานฝันให้ประสบความสำเร็จ

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่ม คือ ความคิดริเริ่มทุกอย่างต้องมีการประเมินความเสี่ยง ประเมินขนาดลักษณะธรรมชาติของงาน ความสามารถที่จะทำให้สำเร็จตามความคิด ความเสี่ยงเฉพาะตัวและประเมินกิจกรรมน่าจะทำให้เกิดผลอะไร นอกจากนี้ บุคคลก็ต้องยืนหยัดที่จะทำให้ความคิดของตนเกิดเป็นโครงการวิจัย

สรุปได้ว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หมายถึง มีความคิดริเริ่มให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ๆ ให้เกิดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล และมีความคิดริเริ่มที่ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน

2. ความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2544: 373) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง คือ เงื่อนไขหนึ่งซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดสิ่งที่ห้กเห ในทางตรงกันข้ามจนมีผลทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เป็นที่คาดหวังไว้ สถานการณ์ของธุรกิจขนาดย่อมจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานต้องตกอยู่ภายใต้ภาวะความเสี่ยงหลายอย่างด้วยกัน จนอาจมีผลทำให้กิจการต้องสูญเสียสินทรัพย์และศักยภาพของกำไร ซึ่งสินทรัพย์ในที่นี้ มิใช่เฉพาะแต่สินค้ำคงคลัง สิ่งก่อสร้างและเครื่องจักรเครื่องมือเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคลากรและชื่อเสียงของกิจการอีกด้วย

ภัทรกิตต์ เนตินิยม (2546: 228) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียในฐานะของผู้ประกอบการ

วีรุธ มาฆะศิริานนท์ (2546: 129) ได้ให้ความหมายของการกล้าเสี่ยง คือ อันตรายหรือความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้ โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ ความไม่แน่นอนเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์ความกล้าเสี่ยง จึงเป็นการประเมินวัดความสามารถที่จะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้งบประมาณ เวลาและเทคโนโลยีที่จะใช้รวมถึงภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาพการณ์แวดล้อมขององค์กรตลอดจนวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน แต่นักธุรกิจที่ดีต้องวางแผนให้การดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงที่น้อยลงและต้องตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท

สรุปได้ว่า กล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ มีการวางแผนการดำเนินงาน กล้าลองในสิ่งแปลกใหม่ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหาร กล้าเสี่ยงในการขยายกิจการ มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการลงทุนและการขยายกิจการ

3. ความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ

กัตญญ หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความชำนาญทั้งในทักษะวิชาชีพและทักษะด้านบริหารไว้ว่า การเริ่มต้นประกอบการต้องอาศัยการลงมือลงแรงของเจ้าของเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ความสามารถเชิงวิชาชีพจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้และในการบริการจะทำให้ธุรกิจฝ่าฟันอุปสรรคอยู่รอดและเจริญเติบโตได้

สรุปได้ว่า ความชำนาญ หมายถึง ความรู้ความชำนาญในการประกอบกิจการ มีทักษะในการบริหาร มีการบริหารด้วยความมั่นคงและปลอดภัยในทรัพย์สิน โดยพิจารณาจากความสามารถและความชำนาญในการทำงานของลูกจ้างที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ โดยการบริหารงานที่ตรงตามจุดประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

4. ความมุ่งมั่นทะเยอทะยานของผู้ประกอบการ

กัตญญ หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของการมีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการมีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต อันเป็นพลังผลักดันให้ผู้ประกอบการลุกขึ้นมาดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยความต้องการของผู้ประกอบการนั้นสังเกตได้อย่างชัดเจนว่า จะไม่เหมือนกับความต้องการของคนธรรมดาทั่วไป นอกจากนั้นยังต้องอดทนกับอุปสรรคนานัปการที่ถาโถมเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน หมายถึง ความอดทนกับอุปสรรคต่างๆ มีความมานะพยายามและผลักดันให้บรรลุความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานในด้านความตั้งใจเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ต้องการเป็นที่ยอมรับและมีเกียรติของสังคม ต้องการให้องค์กรหรือบริษัทมีความมั่นคงและสามารถสร้างกำไรได้ มีพลังผลักดันดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย มีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีความต้นตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ

5. ความขยันขันแข็งในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของการขยันขันแข็ง คือ ความสามารถในการทำงานหนักและการทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ ความสำเร็จไม่ได้มาถึงในเวลาอันสั้น ผู้ประกอบการบางคนใช้เวลาครึ่งชีวิตในการสร้างธุรกิจให้เป็นปึกแผ่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ บุคคลที่ไม่ล้มเลิกอะไรง่าย ๆ แม้จะล้มเหลวหลายครั้งก็ตาม

สรุปได้ว่า ความขยันขันแข็ง หมายถึง การทำงานด้วยความทุ่มเทไม่ย่อท้อ มีความกระตือรือร้นและความขยันหมั่นเพียร ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ นานา มีความเพียรพยายามและมีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความมานะ อดทน กล้าหาญ เชื่อสัจธรรม ตั้งใจจริงในการทำงาน

6. ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2544: 7) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นในตนเอง คือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยเมื่อเห็นปัญหาที่ต้องเผชิญกับความเลวร้ายแล้ว เชื่อว่ามีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในตนเองนั้น จะมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและเป็นผู้นำในเชิงไปในทางมองโลกในแง่ดี เกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานของความ เป็นจริง

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า ผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงมากและเชื่อมั่นว่าความสำเร็จจะเป็นของผู้ที่ตั้งใจมั่นอย่างแท้จริง

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า เป็นแรงขับ คือ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะยื่นหยัดเพื่อบางสิ่งบางอย่าง ทำในสิ่งที่ถูกต้อง ด้วยเหตุผลที่เหมาะสม แบ่งปันความเชื่อ ความมั่นใจ และเหตุผลในการทำสิ่งนั้นกับผู้อื่นเพื่อให้รู้ถึงทิศทางและขอบเขตงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีการบริหารอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง มีการทำงานด้วยความตั้งใจเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีการ

บริหารด้วยความยุติธรรม มีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ เป็นผู้นำที่มองโลกในแง่ดี เพื่อความสำเร็จในชีวิต มีความสามารถในการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง มีความเด็ดขาดกับตนเองและผู้อื่น สามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพได้

7. ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงานของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงานว่า ความสำเร็จเกิดจากความพากเพียรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องบังเกิดจากผู้ประกอบการที่มีนิสัยขยันหมั่นเพียรและปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานคนอื่น

สรุปได้ว่า ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน หมายถึง มีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นคนตรงต่อเวลาเสมอ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ศึกษาค้นคว้างานที่จะต้องทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

8. ความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤตของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 12) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤตของผู้ประกอบการที่ดีต้องมองว่า การเปลี่ยนแปลง คือ โอกาสที่จะเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ๆ และต้องสามารถใช้โอกาสในการเปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์ได้

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ คือ ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การรู้จักฉวยโอกาสเป็นสิ่งที่จำเป็น คนเราต้องรู้จักปรับปรุงการตอบสนองของตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์ในการนำโอกาสที่ได้มานั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเองมากที่สุด

สรุปได้ว่า ความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤต หมายถึง สามารถปรับเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งแปลกใหม่ การรู้จักฉวยโอกาสปรับปรุงในสิ่งที่ดีเสมอหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จในภายหลัง สร้างจุดแข็งและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ การใช้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาคุณภาพของ

การปฏิบัติงาน นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
 หากจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

2.3.5 บทบาทของผู้ประกอบการ

สุพิชา พฤทธิสารกร (2548: 53) กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะปฏิบัติภารกิจในบทบาท
 ดังต่อไปนี้

1. บทบาทของนักลงทุน เนื่องจากการเริ่มกิจการส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการมี
 ความมั่นใจในความคิดตนเองแต่ไม่มีผู้ร่วมทุน ทำให้การลงทุนในกิจการครั้งแรกต้องเป็นเงิน
 ส่วนตัว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้กล้าเสี่ยงกล้าลงทุน เพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อสังคม โดย
 พิสูจน์ความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

2. บทบาทของผู้จัดการ แม้ว่ากิจการที่ตั้งขึ้นจะเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก แต่ในฐานะ
 ผู้ประกอบการจำเป็นต้องประกอบภารกิจในฐานะผู้จัดการเพื่อให้สามารถดำเนินการตาม
 เป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการ
 จัดการและต้องพยายามสร้างสมประกอบการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย

3. บทบาทของผู้นำ โดยปกติธุรกิจขนาดเล็กมักจะจ้างบุคคลเข้ามาทำงานตามความ
 เหมาะสมขององค์กร ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างชัดเจน โดยต้อง
 เป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบันและผลักดันให้เกิดการ
 ทำงานเป็นทีม โดยอาศัยศิลปะการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญกำลังใจ อีกทั้งพัฒนาลูกน้อง
 ให้เติบโตก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย

4. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม เมื่อผู้ประกอบการได้เริ่มธุรกิจเพื่อช่วยเหลือและทำ
 ประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภคในเชิงเศรษฐกิจแล้ว หากว่ากิจการเติบโตและขยายตัวออกไป
 นอกจากจะเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำ
 เพื่อรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ดำเนินธุรกิจเพียงมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียวหรือทำธุรกิจที่ก่อให้เกิด
 ผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่อง
 จากสังคมและการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการนั้นมีบทบาทอยู่หลายบทบาทด้วยกัน โดยการแสดงออกแต่
 ละบทบาทนั้นต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้แสดงบทบาทในแต่ละ
 สถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม เพราะบางสถานการณ์นั้นผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงบทบาท
 เพียงบทบาทเดียว อาจจะต้องแสดงบทบาทหลายๆบทบาทในสถานการณ์เดียวกันก็ได้ ดังนั้น

ผู้ประกอบการจะต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ให้รอบคอบเพื่อที่จะแสดงบทบาทในสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสมมากที่สุด

2.3.6 บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 45) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้บ่มเพาะหรือการหล่อหลอม หรือเกิดจากการฝึกหัดฝึกลง

สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmer, 1996: 6) ได้อธิบายบุคลิกภาพของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคลิกภาพของผู้ประกอบการไม่ใช่เพียงลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ แต่เป็นทัศนคติและลักษณะพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจซึ่งบุคลิกภาพผู้ประกอบการนั้นจะถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรมและถูกส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ชูศักดิ์ จงระพีพัฒน์ (2542: 4-6) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของเจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จไว้ 4 ประการ คือ มีเป้าหมายอยู่ในใจ มีพลังสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นใจตัวเองและมีจิตใจแน่วแน่

ธีรุต วัฒนาสุโข (2542: 6) ได้กล่าวถึงลักษณะ 10 ประการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จควรมีดังต่อไปนี้

1. มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่จะนำพาสู่การพัฒนาในธุรกิจต่อไป
2. มีความกล้าตัดสินใจ รวมถึงมีวิจรรย์ญาณที่แม่นยำ
3. มีการตัดสินใจอย่างเฉียบขาดแม่นยำและมีความสามารถในการสั่งการและนำแผนงานไปปฏิบัติได้อย่างล้นไว
4. มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน
5. มีความทุ่มเทให้กับธุรกิจของตนอย่างเต็มที่
6. มีความรักชอบธุรกิจของตนเป็นการเฉพาะตัว

7. มีความช่างสังเกตและใส่ใจในรายละเอียดต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจใหม่
8. ไม่ย่อท้อต่อโชคชะตา มีความคิดว่าตนเองเป็นผู้กุมชะตาชีวิตและชะตากรรมของตนเองไว้ในมือ
9. ไม่ได้คาดหวังในเรื่องผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินว่าจะจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นใจในการจัดตั้งธุรกิจของตน มองเพียงแค่ผลพลอยได้จากความสำเร็จของธุรกิจของตนมากกว่า
10. มีการกระจายความรับผิดชอบและสร้างความรู้สึกร่วมกันให้กับพนักงานที่มีความสามารถและให้ความสำคัญกับธุรกิจของตน

ถาวร และคณะ ศรีสุขะโต (2543: 26) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ริเริ่มประกอบกิจการที่คล้ายคลึงกันว่า ต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ชอบทำงานกับผู้เชี่ยวชาญ เมื่อเผชิญปัญหาที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ที่มองการณ์ไกล และมักจะมองเห็นปัญหาล่วงหน้า
2. มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง ไม่สูงหรือต่ำเกินไป
3. เป็นนักแก้ปัญหา เป็นผู้นำโดยธรรมชาติ ชอบค้นหาทางเลือกในการแก้ปัญหา สามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล ไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจ
4. หลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ เพราะการใช้อารมณ์ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ไม่ดี
5. มีความกระตือรือร้น ร่างกายมีความยืดหยุ่นและสุขภาพดี
6. มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เชื่อในทักษะและความสามารถของตนเอง คิดว่าพฤติกรรมของตนเองสามารถเปลี่ยนสถานการณ์ได้ ไม่เชื่อในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง หลีกเลี่ยงบิดเบือนความจริงที่จะขัดต่อความสำเร็จของธุรกิจ
7. สามารถทำงานหนักและเห็นงานเป็นชีวิตจิตใจ

นอกจากนี้ยังได้แบ่งบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จออกเป็นหลายประเภท ดังต่อไปนี้

1. นักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ในขณะที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด
2. นักคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะหาหนทางที่ดีกว่าในการทำงานต่างๆ

3. นักแก้ปัญหา สามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจและสามารถแก้ไข ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มักจะมองหาทางเลือกต่างๆเพื่อแก้ไขปัญหารู้ว่าจะต้องประเมินทางเลือก อย่างไรเพื่อนที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวได้ง่ายที่สุด
4. นักคิดที่มีเหตุผล ไม่กลัวที่จะยอมรับว่าตัวเองทำผิดและยอมรับการปรับปรุงด้วย วิธีที่ดีกว่า
5. นักบริหารตามวัตถุประสงค์ จะต้องมีการวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ มักจะ สรรหาหนทางที่ดีที่สุดอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การทำงานสำเร็จตามเป้าหมาย
6. นักทำงาน ชอบทำกิจกรรม และต้องทำให้สำเร็จ เวลาส่วนตัวจะเป็นเวลาทำงาน ไปด้วยและทำทุกอย่างที่ทำได้
7. นักควบคุม ผู้ประกอบการชอบที่จะควบคุมงานและควบคุมตัวเอง รู้ว่าตนเอง กำลังทำอะไรอยู่ สามารถทำงานคนเดียวได้ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

มุสตี รุมาคม (2544: 14-17) ได้กล่าวถึงการวิจัยหนึ่งที่ได้ศึกษาพบความสัมพันธ์ ระหว่างความสำเร็จกับคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพโดยทั่วไปของผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ แรงผลักดัน ความสามารถด้านสติปัญญา ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถด้าน การติดต่อสื่อสาร และความรู้ด้านเทคนิคและยังได้ระบุความสามารถเพิ่มเติมอีก 2 ด้าน คือ การ ตัดสินใจและความคิด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แรงผลักดัน หมายถึง แรงจูงใจให้บุคคลทำงานหรือพยายามในการทำงาน ซึ่ง ประกอบไปด้วยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ เช่น ความรับผิดชอบ ความกระตือรือร้น ความคิด ริเริ่ม ความเพียรพยายามและความทะเยอทะยาน
2. ความสามารถด้านสติปัญญาที่ประกอบไปด้วยความฉลาด (IQ) ความ สามารถใน ด้านความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมต้องใช้ ความฉลาดอย่างมีเหตุผล ต้องสามารถปรับการกระทำของเขาให้เข้ากับความต้องการของธุรกิจ ในสถานการณ์ต่างๆกัน และต้องสามารถวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะเข้าไป เกี่ยวข้องกับปัญหาและสถานการณ์เหล่านั้น
3. ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้าและพนักงาน โดยประกอบด้วยความมั่นคงทางอารมณ์ ความสามารถในการเข้าถึงคน การรู้จักผ่อนหนักผ่อนเบา

4. ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร คือความสามารถที่จะติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรและการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา การติดต่อสื่อสารที่ดี หมายถึง ผู้ส่งและผู้รับเข้าใจซึ่งกันและกัน

5. ความรู้ด้านเทคนิค หมายถึง ทักษะด้านการประกอบการในการทำงานร่วมกับสิ่งต่าง ๆ รวมถึงความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ

6. ความสามารถด้านการตัดสินใจ หมายถึง ทักษะในการคัดเลือกการดำเนินการซึ่งเป็นที่น่าพอใจจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อที่จะนำทางธุรกิจ ผู้ประกอบการประเมินโอกาสต่างๆ ซึ่งได้มีการรับรู้และพยายามที่จะทำการตัดสินใจ ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจตระหนักถึงการเติบโตที่จะต้องมียู่ออย่างต่อเนื่องตลอดไป

7. ความสามารถด้านความคิด หมายถึง ทักษะของผู้ประกอบการในการเข้าใจองค์การ โดยส่วนรวมของธุรกิจและการที่หน่วยงานแต่ละหน่วยรวมตัวเข้าด้วยกัน เป็นเสมือนส่วนทั้งหมดที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เฟรชเชอร์ (Frese, 2000: 18-19) ได้สรุปบุคลิกภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะความเป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ หรือมีความจำกัด ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองยังจะมีความสามารถในการเป็นตัวของตัวเองในการต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ๆ ได้

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ การกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมาก รวมทั้งความกล้าเสี่ยงอาจมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainly Avoidance)

4. ความแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นสูงจะพยายามทำให้ธุรกิจของตนล้ำหน้าหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

5. ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีความมั่นคง ไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์หรือผิดหวัง ท้อแท้กับความผิดพลาด แต่จะนำประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้และพัฒนาปรับปรุงให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหนทางสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประเมินหนทางหรือทางเลือกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างมากที่สุด

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของแต่ละคนนั้นมีความสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้ประกอบอาชีพผู้ประกอบการ เพราะว่าคุณลักษณะของแต่ละบุคคลนั้นจะแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละคน ซึ่งจะหล่อหลอมให้แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการบางคนอาจจะมีบุคลิกภาพที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพในด้านมีความเป็นตัวของตัวเองสูงก็อาจเป็นไปได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม

2.4.1 ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ และสุนี เลิศแสงกิจ (2541: 2) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการ โดยผู้ประกอบการไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น

วีระวุธ มาฆะศิริานนท์ (2543: 14) ได้ให้ความหมายของธุรกิจย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศซึ่งไม่มีหน่วยงานหรือสถาบันใดกำหนดได้อย่างชัดเจน แต่ที่คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ได้แก่

1. มีการบริหารงานอย่างอิสระ โดยปกติแล้วตัวผู้จัดการมักจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นอยู่ด้วย
2. เจ้าของธุรกิจและเงินทุนมักจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียวหรืออาจเป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่มาร่วมลงขันกัน

3. พื้นที่ปฏิบัติการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นจะอยู่ในบริเวณท้องถิ่นต่างๆ ทั้งเจ้าของและคนทำงาน ส่วนใหญ่ก็จะอาศัยอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น แต่ที่สำคัญการตลาดของผลิตภัณฑ์กลับเปิดกว้างออกไปทั่วประเทศหรือทั่วโลก

4. การกำหนดแบ่งขนาดธุรกิจไว้อย่างชัดเจน ตายตัว จึงจะเรียกว่าธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ซึ่งถ้าอยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกันก็อาจจะพอเปรียบเทียบกันไป กับธุรกิจนานาประเทศแล้ว ธุรกิจขนาดย่อมของประเทศธุรกิจหนึ่งอาจจะกลายเป็นขนาดกลางในธุรกิจประเภทอื่นก็เป็นไปได้

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง (2543: 14-15) ได้ให้ความหมายของขนาดของสินทรัพย์ถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าเป็นสินทรัพย์ถาวรที่ไม่ใช่ขนาดของทุนจดทะเบียน เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการประเมินมูลค่าและกำหนดขนาดของกิจการที่จะมีส่วนสัมพันธ์กับระดับของการได้รับการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุนและการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจตามพระราชบัญญัติ ดังตารางแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

ประเภทกิจการ	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. การผลิต	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50
2. การค้า		
2.1 ค้าส่ง	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50
2.2 ค้าปลีก	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 30
3. การบริการ	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50

ที่มา : พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ (2543: 15)

วรรณรด แสนมณี (2544: 15) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัดและบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงานบ้างเล็กน้อย

กัตญูญ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 1) ได้ให้ความหมายของกิจการขนาดย่อม นอกเหนือ ปัจจัยด้านจำนวนพนักงานและจำนวนเงินทุนแล้ว คณะกรรมการพัฒนาระดับเศรษฐกิจ (The Committee for Economic Development หรือ CED) แห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้การจำกัดความลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมว่า ธุรกิจขนาดย่อมจะต้องมีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 2 ประการ จากลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของจะบริหารงานเอง
2. เงินทุนในการดำเนินการค่อนข้างจำกัด เพราะมาจากเงินทุนของผู้ประกอบการเอง หรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มบุคคลเล็กๆ
3. ขอบเขตการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในพื้นที่ท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น
4. ธุรกิจขนาดเล็กมีผลกระทบต่อธุรกิจภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่้น้อยมาก

สุธรรม รัตนโชติ (2548: 56) ได้ให้ความหมาย คำว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการ โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล มีการบริหารด้วยตนเองโดยเงินทุนไม่มาก เป็นธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 50 คน เป็นธุรกิจที่เจ้าของมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเองและไม่เป็นธุรกิจนำ (leading business) ในธุรกิจประเภทเดียวกัน

แบทแมนและสก็อต (Batman & Scott 1999: 51) ได้ให้ความหมายว่า ถ้ามีจำนวนคนไม่เกิน 100 คน ให้ถือเป็นธุรกิจขนาดย่อม

สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัดและบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง

2.4.2 รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม

คีริออร์ ชันธหัตถ์ (2547: 20-25) ได้แบ่งรูปแบบของกิจการได้ ดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (Sole proprietorships) เป็นกิจการขนาดย่อมที่ดำเนินงานโดยบุคคลเดียวเป็นผู้รับผิดชอบงานทั้งหมด โดยไม่ได้จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและเป็นบริษัทจำกัด

2. กิจการประเภทห้างหุ้นส่วน (Partnerships) เป็นกิจการประเภทห้างหุ้นส่วน จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ คือ

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงวาจาหรือลายลักษณ์อักษรในการลงทุนร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรและขาดทุนที่เกิดจากกิจการนั้นๆ ผู้เป็นหุ้นส่วนจะมีกี่คนก็ได้ แต่ต้องมีอย่างน้อย 2 คนและหุ้นส่วนทั้งหมดจะต้องมีสัญชาติไทย ทั้งนี้สามารถจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลได้เรียกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนถือเป็นบุคคลตามกฎหมายมีสิทธิการดำเนินการได้ตามกฎหมาย

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกิดจากการจดทะเบียน ประกอบด้วย 2 หุ้นส่วน คือ

2.2.1 หุ้นส่วนจะเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ที่จำกัดความรับผิดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงนำมาลงทุนให้ห้างหุ้นส่วน นอกเหนือจากนี้ไม่ต้องรับผิด หุ้นส่วนประเภทนี้เรียกว่า หุ้นส่วนจำกัดความรับผิด ซึ่งจะลงทุนด้วยแรงงานในการประกอบกิจการ ไม่ได้

2.2.2 หุ้นส่วนประเภทที่รับผิดในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนจะมีกี่คนก็ได้ ซึ่งจะเรียกว่าหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิด

สรุปได้ว่า รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง การจัดตั้งรูปแบบขององค์กรขึ้นไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันบริหารกิจการ ซึ่งสามารถจัดตั้งได้หลายรูปแบบ ผู้ประกอบการจะต้องทำการจดทะเบียนจัดตั้งและดำเนินงานภายใต้การควบคุมดูแล ซึ่งได้มีการออกกฎหมายควบคุมดูแลและคุ้มครองสิทธิต่างๆ โดยองค์กรธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย เช่น การเสียภาษี การจัดทำบัญชีการเงิน เป็นต้น

2.4.3 ประเภทธุรกิจขนาดย่อม

ฉันทูพันธ์ เจริญนันท (2542: 12-15) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้เป็น 5 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) เป็นธุรกิจที่เปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในการแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการอุตสาหกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งที่ใช้เครื่องจักรในการแปรรูปหรือใช้แรงงานและฝีมือในการแปรรูป เช่น โรงงาน ร้านอาหารพร้อมปรุง การทำหัตถกรรม เป็นต้น

2. ธุรกิจเหมืองแร่ (Mining) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่ วัตถุดิบจากพื้นดินทั้งที่เป็นโลหะหรืออโลหะทุกชนิดทุกประเภท

3. ธุรกิจค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการโดยขายสินค้าต่อให้คนกลาง ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนครั้งละมากๆ แต่ไม่ขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือเป็นการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรมในปริมาณครั้งละมากๆ เช่น การค้าส่งอะไหล่ เครื่องนุ่งห่ม เวชภัณฑ์ เป็นต้น

4. ธุรกิจค้าปลีก (Retail) หมายถึง ธุรกิจซึ่งขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และจะเป็นคนกลางระหว่างผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้ายและกิจกรรม ทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย

5. ธุรกิจบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมที่จำหน่ายสินค้าในรูปบริการให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้ผลิต ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ไม่มีตัวตน มักถูกบริโภคในขณะเดียวกับที่ผลิตขึ้นมาเป็นสินค้าที่ จำต้องไม่ได้ถูกใช้แล้วหมดไปมักเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการศึกษา การคมนาคมขนส่ง การ ติดต่อสื่อสาร การบริการข้อมูล ความบันเทิง กีฬาและการเงิน เป็นต้น

กัตญญู หิรัญสมบุรณ์ (2547: 4) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่และปัจจัยนำเข้าต่างๆ มา ผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการ ประกอบการของธุรกิจการผลิตที่เป็นขนาดย่อมจะเป็น โรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคงไม่มีการใช้เทคโนโลยี ก้าวหน้าไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำเนินการอยู่ได้ด้วย การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าประจำหรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (niche market) และจะสามารถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานผู้ประกอบการและครอบครัวในการ ดำเนินงาน นอกจากนี้ธุรกิจการผลิตขนาดย่อมนั้นยังเป็นแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบให้แก่ ธุรกิจขนาดใหญ่ โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งจะสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าจากธุรกิจขนาดย่อมหลาย ประเภทแตกต่างกันไป เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่มีความเจริญเติบโตขึ้น ย่อมสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ดีแก่ ธุรกิจขนาดย่อมด้วยเช่นกัน

2. ธุรกิจการจำหน่าย เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องทางการจำหน่ายทั้งที่ เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านขายเสื้อผ้า และร้านขายข้าวสารอาหารแห้งในตลาดประจำจังหวัด ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมาก เป็นธุรกิจการจำหน่าย โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตสินค้ามากๆ ร้านค้าส่งและปลีก

เหล่านี้จะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งไปถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกท้องถิ่นทุกภูมิภาค โดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ภูมิประเทศหรือสายสัมพันธ์กับบุคคลในถิ่นเดียวกัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ขยายตลาดอย่างกว้างขวาง โดยไม่ต้องลงทุนสร้างสำนักงานขายของผู้ประกอบการ

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยบริการที่ไม่มีตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจให้บริการมีอยู่มากมายหลากหลายชนิดเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากแต่ต้องอาศัยแรงงาน และฝีมือของบุคคลากร เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักรีด สำนักงานบัญชีและกฎหมาย ร้านทันตแพทย์ คลินิกรักษาโรค สำนักงานจัดหางาน บริษัทขายและพนักงานทำความสะอาด สถานพยาบาลคนชราและดูแลเด็กเล็ก ฯลฯ ธุรกิจให้บริการเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะบุคคลของพนักงานจะขยายตัวได้ยากและมีผลิตผลค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความต้องการการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการบางแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ด้วยและปรากฏว่าในปัจจุบันธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น

สรุปได้ว่า ประเภทของธุรกิจขนาดย่อมมีอยู่หลายประเภทที่สำคัญและเกี่ยวกับธุรกิจการผลิต ธุรกิจการให้บริการ ธุรกิจการจำหน่ายและธุรกิจอื่นๆ ที่สำคัญ เพราะประเภทของธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่มีการแปรรูป และให้ความสำคัญของการบริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด

2.4.4 ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม

ชาลูนัย อาจินสมาจาร (2545: 4-5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ธุรกิจขนาดย่อมถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทที่สำคัญในการทำประโยชน์แก่ผลผลิตของประเทศ ตลอดจนการก่อให้เกิดการจ้างงานแก่ประชาชน

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 4-5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมว่าแม้จะมีขนาดเล็กแต่ก็มีจำนวนมากและกระจัดกระจายไปทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างงานใหม่ ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย จึงมีส่วนสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจของตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจคนที่ต้องว่างงานมักจะหัน

มาเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมได้ง่ายและธุรกิจขนาดย่อมเองในไม่ช้าก็อาจเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นักประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักเริ่มต้นการผลิตและการขายด้วยธุรกิจขนาดย่อมก่อนที่จะขยายกิจการออกไปเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ผลิตโดยธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ ยาแก้โรคเบาหวาน ยาเพนนิซิลิน หลอดสุญญากาศ การอัดรูป เครื่องบินเจ็ท เฮลิคอปเตอร์ ฟิล์มถ่ายภาพสีและปากกาลูกลื่น เป็นต้น

3. การเพิ่มการแข่งขัน การที่มีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นธุรกิจขนาดย่อมจึงมีส่วนเพิ่มระดับการแข่งขันในทางเศรษฐกิจ

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยธุรกิจขนาดย่อมจะมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนกิจการขนาดใหญ่ในด้านต่าง

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในกิจการที่ต้องการความประณีตและใช้ฝีมือ ธุรกิจขนาดย่อมจะทำให้ดีกว่าและถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

กัตญญู หิรัญญูสมบูรณ์ (2547: 5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมเพิ่มการจ้างแรงงานในระบบเศรษฐกิจ โดยช่วยสร้างงานใหม่ให้พนักงานตามกลยุทธการเข้าสู่ธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานให้ธุรกิจขนาดใหญ่

2. เป็นแหล่งที่มาของประดิษฐ์กรรมใหม่ของตลาดจำนวนมากถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาราคาแพงแต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมได้นวัตกรรมใหม่หลายอันบังเกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อม เช่น รถสามล้อเครื่องหรือเรือหางยาว เป็นต้น

3. ส่งเสริมการแข่งขันเสรี กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด เพราะการที่ระบบเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาดใหญ่เพียงไม่กี่รายจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้า ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อผู้บริโภคและสังคมส่วนรวม นอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมยังสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่หลากหลาย ทั้งด้านคุณภาพและราคาทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและความต้องการที่แตกต่างกันของคนทุกกลุ่มได้รับการตอบสนองอย่างทั่วถึง

4. ธุรกิจขนาดย่อมมักมีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจขนาดใหญ่ด้านการกระจายสินค้าการป้อนวัตถุดิบและการบริการ โดยอยู่ในวงจรของธุรกิจขนาดใหญ่

ลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า (dealer) เป็นตัวแทนจำหน่ายช่วยบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตลาดผู้แต่ละพื้นที่

5. ช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านสติปัญญาและความมานะพยายามของบุคคลทั้งตัวผู้ประกอบการและพนักงานที่จะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีเงินทุนน้อย บุคลากรที่ทำงานก็จะมีจำนวนจำกัด อิทธิพลในตลาดก็มีน้อย การประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมจึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญแต่เกิดจากความสามารถที่แท้จริงของทรัพยากรบุคคลของประเทศชาติเป็นสำคัญ

6. ช่วยกระจายรายได้และความรู้ความชำนาญให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ในประเทศไปถึงชุมชนท้องถิ่นต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งเท่ากับช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศชาติด้วย

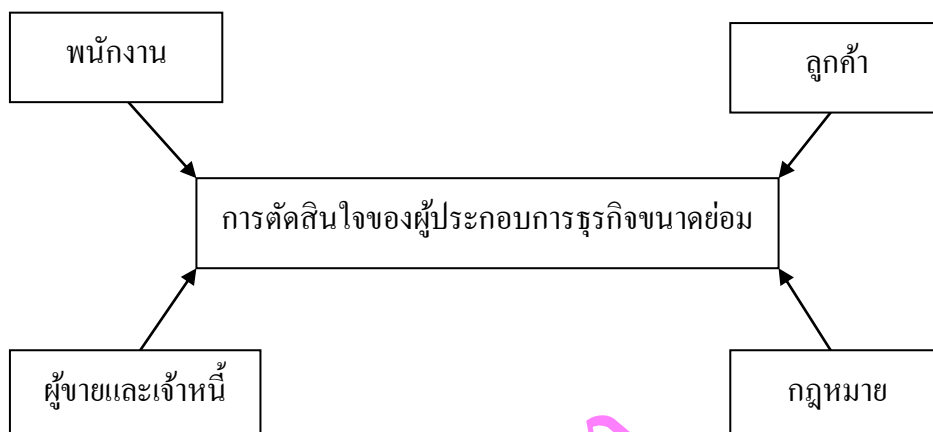
สรุปได้ว่า ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึงธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานทั่วไปและธุรกิจขนาดย่อมมีเทคโนโลยีระดับปานกลาง แต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อมได้

2.4.5 ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

มุสตี รุมาคม (2540: 15-22) ได้ให้ความหมายของการที่บุคคลบางคนตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจขนาดย่อมนั้นจะต้องมีเหตุจูงใจบางประการ ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นต้องการประกอบธุรกิจของตนเองมากกว่าการทำงานรับจ้างให้ผู้อื่น ธุรกิจขนาดย่อมมีข้อเสียเปรียบและข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

1. ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

1.1 ความเป็นอิสระ การประกอบธุรกิจของตนเองนั้นมีความอิสระ เจ้าของธุรกิจสามารถกระทำการสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาทางธุรกิจ เจ้าของธุรกิจจะตอบคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ทำได้ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้มีอิสระที่จะทำอะไรได้ตามใจชอบเสมอ เพราะจะต้องปฏิบัติตามความต้องการของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมด้วย เช่น การทำให้ลูกค้าพอใจ การปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้และผู้จำหน่ายสินค้า การพิจารณาความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงานและการเคารพกฎหมายที่กระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมถูกกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ดังภาพ



รูปที่ 2.13 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการขนาดย่อม

ที่มา : ศุภศิริ รัมมาคม (2540: 15-22)

1.2 การตัดสินใจ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมเป็นผู้ตัดสินใจทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้บริหารของธุรกิจขนาดใหญ่จะต้องเสนอเรื่องต่างๆ ให้ผู้บริหารของบริษัทขนาดเล็กสามารถตัดสินใจอย่างตรงจุด ซึ่งการกระทำเช่นนี้เป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญเป็นพิเศษ ในกรณีที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

1.3 กำไรเปรียบเสมือนเงินเดือน สิ่งจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม คือ การเป็นนายและทำงานเพื่อผู้ประกอบการ ดังนั้น กำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานของธุรกิจจึงเปรียบเสมือนรางวัลอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งสามารถทำกำไรได้มากที่สุดเพราะว่ากำไรจะเป็นเงินทุนแก่เจ้าของผู้ประกอบการซึ่งช่วยให้ครอบครัวมีความสุขความสบายเป็นอยู่ที่ดี

1.4 ความคล่องตัวและความไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีความคล่องตัวมากกว่าการเป็นพนักงานของธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น เวลาทำงานของพนักงานอาจจะยืดหยุ่นได้มากกว่าการทำงานในบริษัทใหญ่

1.5 สายการติดต่อสื่อสารสั้น ธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว ดังนั้นการติดต่อแบบเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในการออกคำสั่งหรือการอภิปรายปัญหาที่สัมพันธ์กับธุรกิจจึงมีทางเป็นไปได้ ความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารแบบหนึ่งต่อหนึ่งช่วยลดหรือกำจัดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารเป็นจำนวนมากที่บริษัทขนาดใหญ่ประสบอยู่ได้เป็นอย่างมาก

1.6 การติดต่อใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้าเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะสร้างสรรค์และรักษาความสัมพันธ์ในการทำงานที่สามัคคีกลมเกลียวกับพนักงาน เนื่องจากธุรกิจมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว การปฏิบัติต่อกันโดยตรงระหว่างผู้บริหารและพนักงานสามารถเป็นไปได้และโดยความสัมพันธ์นี้ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของพนักงานได้มากขึ้น

1.7 การเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย ลักษณะที่ดึงดูดอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียว คือ การที่บุคคลหนึ่งสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการในการประกอบธุรกิจ คือ ทำเลที่ตั้ง ใบอนุญาตประกอบกิจการและเงินทุนจำนวนหนึ่ง การเข้าไปประกอบธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจะไม่มีข้อจำกัดอื่นเลย

1.8 การประกอบการอยู่ในตลาดขนาดเล็กได้ ธุรกิจขนาดย่อมสามารถประกอบการอยู่ในตลาดเล็ก เช่น ตลาดในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่ไม่สามารถทำได้เพราะว่าต้องมีการขายสินค้าในปริมาณมากในตลาดขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดย่อมสามารถผูกขาดตลาดที่มีอยู่ได้ โดยใช้ความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับลูกค้า ซึ่งช่วยให้ทราบความต้องการของท้องถิ่นนั้นเป็นอย่างดี

2. ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม คือ

2.1 การจัดหาเงินทุนธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงภัยจากการสูญเสียเงินทุนของผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสของความอยู่รอดน้อยกว่า ดังนั้น โอกาสของการได้รับเงินทุนและสินเชื่อจึงมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2.2 การขาดความสามารถและความลึกซึ้งทางการบริหาร เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จัดตั้งจากบุคคลใดก็ได้ที่มีเงินทุนเริ่มแรก ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีความเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยบุคคลที่ขาดการศึกษา การฝึกอบรมและบุคลิกภาพที่จำเป็นซึ่งเป็นที่ต้องการเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

2.3 ความยากลำบากในการได้และรักษาตัวบุคคลเป็นจำนวนมาก พอใจที่จะทำงานธุรกิจขนาดใหญ่ที่เสนอค่าจ้างให้สูงกว่า มีผลประโยชน์พิเศษอย่างอื่นมากกว่าและมีความมั่นคงในการทำงานมากกว่า ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้

2.4 ปัญหาส่วนตัวอื่น ๆ เช่นร้านขายของชำ เล็กๆ สามารถแข่งขันกับร้านซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทางโทรศัพท์และจัดส่งสินค้าไปให้หรือโดยการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อมากกว่า แต่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมต้องประสบกับความ

ยากลำบากในการได้รับความช่วยเหลือและการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากและมีความวิตกกังวลอยู่ตลอดเวลา

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2542: 29) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมว่า โดยทั่วไปจะมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากความสามารถในการแสวงหาช่องทางตลาดมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและระบบบริหารเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็มีต้นทุนในการปรับตัวต่ำและมีการดำเนินที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย

ตารางที่ 2.3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดย่อมและธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดย่อม	ธุรกิจขนาดใหญ่
1. โดยทั่วไปเจ้าของกิจการจะเป็นผู้จัดการเอง	1. เจ้าของกิจการไม่บริหารงานด้วยตนเอง มักจ้างนักบริหารหรือมืออาชีพมาเป็นผู้จัดการ
2. ดำเนินกิจการอยู่ภายใต้ท้องถิ่นของตนหรือมีสาขาไม่มาก	2. มีการดำเนินธุรกิจอย่างกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศ
3. การจัดองค์การเป็นแบบง่าย ๆ	3. การจัดตั้งองค์การมีความซับซ้อน
4. ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว	4. การจัดตั้งส่วนใหญ่อยู่ในรูปบริษัทหรือบริษัทมหาชน
5. เจ้าของกับลูกจ้างมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	5. เจ้าของกิจการอาจไม่สามารถรู้จักใกล้ชิดกับพนักงานเนื่องจากมีพนักงานมากหรือมีสาขาอยู่ห่างไกลกัน
6. มีความเสี่ยงในการที่จะประสบความล้มเหลวได้มาก	6. มีความเสี่ยงต่อการล้มเหลวน้อย
7. เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารงานในด้านต่างๆของกิจการเกือบทั้งหมด คือทำงานหลายอย่างหลายหน้าที่	7. มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดแยกเฉพาะความสามารถของแต่ละคน

ที่มา : สมชาย หิรัญภักดี (2542 : 12)

สรุปได้ว่าข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม คือ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันปัญหาการว่างงาน ปัญหาการกระจายรายได้ไม่เสมอภาคและปัญหาการผูกขาดในการดำเนินธุรกิจ นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดในบรรดาปัญหาต่างๆ ที่เผชิญอยู่ธุรกิจขนาดย่อมนับเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดหรือช่วยจัดปัญหาเหล่านี้ลงได้ เพราะธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากมายทำให้สามารถกระจายความเป็นเจ้าของไปยังประชาชนส่วนใหญ่ได้เป็นช่องทางความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการชนิดใหม่ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการมากขึ้น เป็นพลังสำรองไม่ให้เกิดการผูกขาด ในการดำเนินธุรกิจและมักใช้ขบวนการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานมากกว่าธุรกิจที่มีขนาดใหญ่

ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมจึงจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของเรา ธุรกิจขนาดย่อมจัดตั้งได้ง่าย มีความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อทำให้ตนเองอยู่รอดได้และพยายามพัฒนาตัวเองขึ้นให้แข็งแกร่งพอที่จะสามารถยืนหยัดต่อสู้กับภารกิจขนาดใหญ่ธุรกิจขนาดย่อมที่มีคุณภาพจะทำให้ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ได้อย่างมั่นคงเมื่อธุรกิจนั้นมีความเติบโตก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างมากมายก็จะช่วยเพิ่มพูนผลผลิต ซึ่งเป็นผลก่อให้เกิดรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น มีงานทำมากขึ้นช่วยเศรษฐกิจของประเทศโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งธุรกิจขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว

2.5 ประวัติตลาดไท

ในอดีต จากจุดเริ่มต้นบนผืนดินที่รกร้างว่างเปล่ากว่า 450 ไร่ พัฒนาสร้างพื้นฐานอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกกลายเป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ครบวงจร และสมบูรณ์แบบที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองรับธุรกิจสินค้าเกษตรครบครัน และครอบคลุมปีแล้วปีเล่าที่ตลาดไทมุ่งมั่นพัฒนาทางกายภาพ การให้บริการ ส่งเสริมกลไกการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยความเป็นธรรม และเท่าเทียม เพื่อมอบประสบการณ์ประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเกษตร ความคุ้มค่า สะดวกสบาย ได้มาตรฐานปลอดภัย ภายใต้ปรัชญาที่มุ่งเน้นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่คู่ค้าเกษตรกร และผู้บริโภค สร้างความหลากหลายและแตกต่าง เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการซื้อขายสินค้าและบริการแบบครบวงจร ณ ตลาดไทที่เดียว (One-Stop-Shopping) โดยจะมุ่งมั่นพัฒนา และก้าวต่อไปไม่หยุดนิ่ง สรรค์สร้างสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภค

ปัจจุบันตลาดไทเป็นตลาดกลางสินค้าการเกษตรแห่งประเทศไทย เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร บนเนื้อที่กว้างขวางกว่า 500 ไร่ ทำให้ 'ตลาดไท' ถูกออกแบบให้ยิ่งใหญ่ กว้างขวาง และสะดวกสบาย แตกต่างจากตลาดกลางแบบเก่าอย่างสิ้นเชิง ด้วยการแบ่งตลาดออกเป็นสัดส่วน ตามประเภทของสินค้าที่หลากหลาย ทำให้สามารถรองรับปริมาณ สินค้าหมุนเวียนได้วันละกว่า 15,000 ตัน เปิดบริการ 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งตลาดไท

- เพื่อลดค่าใช้จ่ายการตลาดของสินค้าการเกษตร
 - เพื่อให้สินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดอย่างสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
 - เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการส่งเสริม และผลักดันให้เกิดการจัดเกรดคุณภาพ
 - มาตรฐานสินค้าและการบรรจุหีบห่อ
 - เพื่อเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตอย่างเป็นธรรมและมีระบบเช่น การประมูล
 - การซื้อขาย เป็นการป้องกันผูกขาดหรือการเอารัดเอาเปรียบของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
 - เพื่อให้เกิดการพัฒนาจนถึงขั้นการส่งออกทั้งสินค้าสดและสินค้าเกษตรแปรรูปไปยังต่างประเทศ



รูปที่ 2.14 พื้นที่ก่อนก่อตั้งตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ.2538 – 2539 พลิกฟื้นแผ่นดินที่ว่างเปล่า

พลิกฟื้นแผ่นดินที่ว่างเปล่ากว่า 450 ไร่ ริมถนนพหลโยธิน ใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มุ่งสร้างตลาดไทให้เป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ สมบูรณ์แบบ และใหญ่ที่สุด ในประเทศไทย



รูปที่ 2.15 ตลาดไทเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2540-2541 เปิดดำเนินการตลาดไทอย่างเป็นทางการ

เปิดดำเนินการตลาดไทอย่างเป็นทางการ ด้วยออกแบบและจัดแบ่งพื้นที่การค้า ตามประเภทสินค้า เพื่อความสะดวก คล่องตัวสำหรับการค้า จึงก่อกำเนิดของ อาคารส้ม อาคารผลไม้รวม อาคารผัก อาคารตลาดสด ลานผักและลานผลไม้ฤดูหนาว



รูปที่ 2.16 อาคารพาณิชย์ในตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2542 – 2544 สร้างตลาดเป็นชุมชน ด้วยอาคารพาณิชย์

จุดเริ่มต้นของอาคารพาณิชย์รายรอบโครงการตลาดไท คือการสร้างตลาดให้เป็นชุมชน และแหล่งการค้าอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งขยายพื้นที่การค้าเพิ่มจำนวนตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ อาทิ อาคารข้าวสาร อาคารแดงโม อาคารปลาน้ำจืด ลานต้นไม้ และ อาคารสัตว์เลี้ยง

พ.ศ. 2545 – 2546 ต่อยอดธุรกิจ ตอบสนองความต้องการลูกค้า
 ต่อยอดธุรกิจและตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยการเปิดอาคาร ปลูกน้ำจืด อาหาร
 ทะเล และอาคารขนม-ของแห้ง

พ.ศ.2547 – 2548 พลิกวิกฤตเป็นโอกาสจากไข้หวัดนก

จากวิกฤตไข้หวัดนกปลายปี 2546 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การเลี้ยงสัตว์ อาหาร
 และส่งออก รวมถึงคนไทยไม่กล้าบริโภคไก่ และไข่ไก่ ดังนั้นเพื่อเพิ่มความ เชื่อมั่นให้ลูกค้าของ
 เรา ตลาดไทจึงร่วมมือจากบริษัทส่งออกชั้นนำเปิดร้านค้า จำหน่ายเนื้อไก่ คุณภาพในตลาดไทขึ้น
 และนั่นคือ จุดเริ่มของโซนเนื้อสัตว์ คุณภาพ และอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป



รูปที่ 2.17 อาคารตลาดสดตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2549 - 2550 เพิ่มศักยภาพ รองรับกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น

สร้างโครงหลังคาคลุมลานผักที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพื่อให้ลูกค้าทุกท่าน (ผู้ค้า
 ผู้ซื้อและเกษตรกร) ได้รับความสะดวกสบาย สามารถช่วยยืดอายุของผลผลิต และคงคุณภาพของ
 สินค้าให้สดใหม่ก่อนถึงมือผู้บริโภค ปรับปรุงอาคารตลาดสด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้
 ซื้อ โดยการจำแนกประเภทของสินค้าชัดเจน และรับรางวัลตลาดสดน่าซื้อ 5 ดาว เปิดอาคารดอกไม้
 ขนาดใหญ่ รวมถึง แพลาน้ำจืด อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด ศูนย์มือถือ และไอที

พ.ศ. 2551 - 2552 ปรับขยายพื้นที่ เพื่อประโยชน์สูงสุด
 ปรับและขยายพื้นที่ ลานต้นไม้ อาคารสัตว์เลี้ยง ศูนย์ประดับยนต์ เพื่อรองรับกำลังซื้อ
 และความต้องการจำนวนแพคเกจที่เพิ่มขึ้นจากผู้ค้า



รูปที่ 2.18 กองทุนรวมตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2553 – 2554 เสริมความแข็งแกร่งองค์กร ด้วยกองทุนรวม ตลาดไท
 เพื่อเสริมความแข็งแกร่งขององค์กรและเตรียมพร้อมการขยายงานในอนาคต ตลาดไทจึง
 จัดตั้งกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ (TTLPF) โดยเริ่มซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาด
 หลักทรัพย์เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2553 นอกจากนั้น ตลาดไทดำเนินการขยายพื้นที่ ลานผลไม้
 ฤดูกาล และอาคารสินค้า อูปโภค-บริ โภค เพื่อรองรับกำลังซื้อและความต้องการของผู้ค้าที่เพิ่มขึ้น
 อย่างต่อเนื่อง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

พินคำ โลहितเสถียร (2541) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของ
 หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ศึกษาเฉพาะกรณีของบริษัทการบินไทย (มหาชน) พบว่า

1) หัวหน้าพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ประสบการณ์ และระดับ
 การศึกษาที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2) หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง

3) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่อำนาจและแรงจูงใจ โดยรวมของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001

ชนิดา เพชรทองคำ (2542) ศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตศึกษาเอกชน พบว่า แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่ออันดับแรก รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านอาชีพ แรงจูงใจด้านความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้อง แรงจูงใจด้านการปรับตัวเข้ากับสังคม และแรงจูงใจด้านคุณภาพอาจารย์ ตามลำดับ

เปรมจิตร ศิริสานต์ (2542) ศึกษา เรื่อง องค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยวิเคราะห์องค์ประกอบหลักโดยหมุนแกนแบบออร์ทอแกนอลด้วยวิธีแวกซ์ ได้องค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อ 9 องค์ประกอบ คือ ด้านการพัฒนาตนเองตามสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่ ด้านการยอมรับในสถาบัน ด้านความก้าวหน้าของชีวิต ด้านความต้องการการศึกษาตลอดชีวิต ด้านลักษณะเฉพาะของสถาบันเกี่ยวกับการวางแผนหลักสูตร ด้านการพัฒนาตนเองตามค่านิยมของสังคม ด้านลักษณะของสถาบันที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษา และด้านความต้องการเป็นแบบอย่างของการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ โดยผลงานวิจัยพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมาเรียนที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้วยองค์ประกอบของแรงจูงใจ ด้านการพัฒนาตนเองตามสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่และด้านการยอมรับในสถาบัน ด้านความก้าวหน้าของชีวิต ด้านความต้องการการศึกษาตลอดชีวิต ด้านการพัฒนาตนเองตามค่านิยมของสังคม ด้านลักษณะเฉพาะของสถาบันที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษาและด้านความต้องการเป็นแบบอย่างของการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ตามลำดับ

เปรมชัย สโรบล (2542) ศึกษา เรื่อง เหตุจูงใจในการศึกษาต่อโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าของนักเรียนเตรียมทหาร พบว่า เหตุจูงใจ 6 ด้าน คือ ด้านลักษณะของสถาบัน ด้านสังคมด้านเกียรติยศชื่อเสียง ด้านการประกอบอาชีพ ด้านความสนใจของตนเอง และด้านการทำตามความต้องการของผู้อื่น เป็นเหตุจูงใจในระดับมาก นักเรียนเตรียมทหารที่มีระดับคะแนน

เฉลี่ยสะสมต่างกัน ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา มารดา รายได้ของครอบครัว และการ ได้รับความรู้เกี่ยวกับ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าต่างก็มี แรงจูงใจในการศึกษาต่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน

อัจฉรา หอมจรรยา (2545) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิต ใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของบัณฑิตใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ลักษณะองค์กรที่มุ่งหวัง ทำงาน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในงาน โอกาสในการแสดงความรู้ ความสามารถ โอกาสในการพัฒนาตนเองและ ความมีชื่อเสียงของ หน่วยงาน

พล เหลืองรังสี (2546) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับ ปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตน โกสินทร์ พบว่า แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตน โกสินทร์มีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ คือ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านลักษณะของสถาบัน ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้านสังคมและด้าน เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัชรีย์ บุตรศรี (2546) ศึกษา เรื่อง ระดับแรงจูงใจของบุคลากร โรงพยาบาลชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ข้าราชการและลูกจ้างมีระดับแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจในระดับสูง ($x=3.63.58$ ตามลำดับ) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ แรงจูงใจด้านปัจจัยอนามัยอยู่ในระดับปานกลาง ($x=3.33.3.45$ ตามลำดับ) และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.0011$) ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจในการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุของกลุ่มข้าราชการในด้านปัจจัย ส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทั้งด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ได้แก่ การอบรมเกี่ยวกับการ ดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาลของทั้งสองกลุ่ม ส่วนอายุของกลุ่มลูกจ้าง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาล

อนุวัฒน์ วิรัตน์จิตา (2546) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 จังหวัด พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพสมรสแล้วอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีอัตราเงินเดือน 12.001-18.000 บาท 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 จังหวัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่าพนักงานมีแรงจูงใจภายในมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดย 3 อันดับแรกของแรงจูงใจภายใน คือ มีความตั้งใจทำงานเพราะมีความรู้ลึกผูกพันกับงานที่ทำอยู่ มีความตั้งใจทำงานเพราะเห็นว่างานมีค่ามีความรู้ความสามารถที่จะทำงานของท่านได้ดี รองลงมาคือแรงจูงใจภายนอก เป็นอันดับที่ 2 โดย 3 อันดับแรกของแรงจูงใจภายนอก คือ เลือกรับงานในธนาคารนี้เพราะธนาคารจัดสวัสดิการให้พนักงานในเรื่องลาภกิจ ลาป่วย ลาหยุด ลาพักร้อนประจำปีตามกฎหมายด้านแรงงาน อยากทำงานเพราะธนาคารมีสวัสดิการต่างๆ ให้ เช่น โบนัส เงินช่วยเหลือบุตร ค่าครองชีพ เงินช่วยเหลือบุตรอื่นๆ มีความตั้งใจทำงานเพราะมองเห็นโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมแตกต่างกัน

กุสุมา จ้อยช้างเนียม (2547) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย พบว่า พนักงานสำนักงานใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูงและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านงานอันเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานมีความแตกต่างเมื่อเทียบตามอายุอายุงาน และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านงาน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในรายได้และสวัสดิการและด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

แสงอรุณ วสุวานนท์ (2547) ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โรงแรม รัตนโกสินทร์ พบว่า 1) พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.8 เป็น เพศหญิง ร้อยละ 44.0 มีอายุระหว่าง 18-30 ปี ร้อยละ 63.2 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 35.2 มีประสบการณ์การปฏิบัติงาน 1-5 ปี ร้อยละ 74.2 มีเงินเดือนอยู่ช่วงระหว่าง 5,000-7,000 บาท 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจภายในมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะ พบว่า แรงจูงใจภายในอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ตั้งใจปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จและแรงจูงใจภายในของเป็นอันดับสอง โดยเฉพาะ พบว่า แรงจูงใจภายนอกในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ตั้งใจทำงานเพราะมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงาน/เครื่องใช้สำนักงานต่างๆเพียงพอใช้งานได้ดี 3) ผลการทดลองสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

วรพจน์ สิงหราช (2548) ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างปัจจัยจูงใจค่าจูงกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการเขต 1 ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยจูงใจ-ค่าจูง ของข้าราชการครูในโรงเรียนขนาดเล็กและโรงเรียนขนาดใหญ่ อยู่ในระดับมาก
2. โรงเรียนขนาดเล็ก มีปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน และด้านการยอมรับนับถือสูงสุดตามลำดับ ส่วนโรงเรียนขนาดใหญ่มีปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติสูงสุดตามลำดับและ โรงเรียนขนาดเล็กมีปัจจัยค่าจูงด้านสถานะทางอาชีพ ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในหน่วยงานสูงสุดตามลำดับ ส่วนโรงเรียนขนาดใหญ่มีปัจจัยค่าจูงสถานะทางอาชีพด้านความเป็นส่วนตัวและด้านความสัมพันธ์กับชุมชนตามลำดับ

เวย์น และคณะ (Wayne et al., 1999) ศึกษา เรื่อง บทบาทของภูมิความรู้ความชำนาญ แรงจูงใจและการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ในการทำนายถึงความสำเร็จในอาชีพในด้านการขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง และความพึงพอใจในอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ หัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชาจำนวนทั้งสิ้น 245 คน ผลการวิจัย พบว่า ทูมมนุษย์ แรงจูงใจและการสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพด้านความพึง

พอใจในอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในด้านความปรารถนาที่จะต้องการเลื่อนขั้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่านั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพในการขึ้นเงินเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ในด้านการเป็นผู้นำการและเปลี่ยนระหว่างผู้นำและผู้ตามนั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพทั้ง 3 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

วรรณ ฉายาวัฒน์ (2544) ศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ปานเกณฑ์การประเมินว่าประสบความสำเร็จในธุรกิจ โดยก่อตั้งกิจการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 หรือก่อนหน้านั้นและสามารถผ่านวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศมาได้และยังดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน และมีลูกจ้างตั้งแต่ 1-50 คน วงเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 30 คน ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะผู้ประกอบการด้านความมั่นคง และใฝ่ใจในการเรียนรู้ความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และภูมิความรู้ความชำนาญในด้านประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนภูมิความรู้ ความชำนาญในด้านจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและความชำนาญในวิชาชีพ

วลีมาศ แซ่อึ้ง (2544) ศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสถาบันราชภัฏคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการในหน่วยงาน/สถานประกอบการ ภาครัฐบาล ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนในหน่วยงาน/สถานประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ ที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในสาขาวิชาการศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาศิลปศาสตร์ใน 4 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้าน คือ 1) ด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ 2) ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ 3) ด้านบุคลิกภาพ และ 4) ด้านคุณธรรม จริยธรรมและการมีวินัย

ภาสกร เข้มประเสริฐ (2545) ศึกษา เรื่อง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 205 คน พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำ นั้น มีภูมิหลังในด้านเพศ และระดับช่วงอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้น มีอัตราส่วนจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิง ถึงร้อยละ 53.6 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการต่ำเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพียงร้อยละ 20.8 ในเรื่องของอายุนั้น แม้ว่าอายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ ระดับช่วงอายุของทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้น มีระดับช่วงอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี ร้อยละ 70.5 แต่กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการต่ำ นั้น มีระดับช่วงอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี เพียงร้อยละ 53.5

สถิต นิยมญาติ (2546) ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มีจุดประสงค์ คือ มุ่งศึกษาลักษณะของบุคคลหรือผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ หรือตัวบ่งชี้ต่อไปนี้ ซึ่งสรุปได้ 5 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คุณภาพของการบริการและลักษณะของการให้บริการ จรรยาบรรณของนักธุรกิจ มนุษย์สัมพันธ์ และจิตวิญญาณของการบริการ ความกล้าเสี่ยงและการตัดสินใจที่แน่วแน่ การมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่ตนทำอยู่เป็นอย่างดี และความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และการมีวิสัยทัศน์

สิทธิโชค ขำเมือง (2547) ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ความต้องการของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 148 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ f-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยคือ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรม รองลงมา ได้แก่ คุณลักษณะที่พึง

ประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านวิชาการและวิชาชีพ ตามลำดับ 2) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ด้วยความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 3) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ด้วยความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

คลอดาและเพอเวิล (Chorda & Perales, 1997) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหญิง จำนวน 172 คน พบว่า ผู้ประกอบการหญิงที่มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจจะประสบผลสำเร็จในธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการหญิงที่ไม่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจสอดคล้องกับ เว็สเพอร์ ที่ศึกษาถึง ความสำเร็จในธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของธุรกิจที่กำลังริเริ่มกิจการกับธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว พบว่า ประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับผลกำไร

วัตสันและนิวบี (Watson and Newby, 2005) ศึกษา เรื่อง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันตกของออสเตรเลีย จำนวน 673 คน โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับความถี่สัมฤทธิ์ แนวโน้มความกล้าเสี่ยง และความมีนวัตกรรม โดยพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเพียงเรื่องเดียว คือ เพศชายมีแนวโน้มความถี่สูงกว่าเพศหญิง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจขนาดย่อม เพื่อต้องการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะที่ดี มีความสามารถในการทำงาน ความคล่องแคล่ว ว่องไว เฉลียวฉลาด ไหวพริบดีมีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความเป็นผู้นำในการประกอบธุรกิจ และรู้จักประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงานหรือปฏิบัติงานในธุรกิจของตน

2.6.3 งานวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จ

อูษณีย์ สุนทรโรทก (2539) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนขายประกันชีวิต ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 273 คน ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนอายุและคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ประสบการณ์ขายประกันชีวิตเต็มเวลา ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ความพึงพอใจในอาชีพ ทักษะที่ดีต่อบริษัทและความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนขายประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อนันต์ รุ่งพ่องศรีกุล (2541) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน ความพึงพอใจในงาน และแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์การของผู้แทนขายยาในโรงพยาบาลขององค์การเอกชนที่ทำงานเต็มเวลาจำนวน 259 คน โดยผลการวิจัย พบ ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน ได้แก่ อายุ สาขาวิชาที่จบ การศึกษาและประสบการณ์ในงาน แต่สถานภาพสมรส และความต้องการสัมฤทธิ์ผล ไม่มีผลต่อความสำเร็จในงาน

นาบี (Nabi, 1999) ศึกษา เรื่อง รูปแบบความแตกต่างของตัวทำนายระหว่างความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและเชิงอัตนัย โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงาน ทำงานเต็มเวลาทางตอนเหนือของประเทศอังกฤษ จำนวน 723 คน ผลการวิจัย พบ ว่าพนักงานที่มีความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยในระดับสูงจะมีลักษณะที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง ทำงานในองค์การที่มีความก้าวหน้าในอาชีพ และคำนึงถึงบทบาทการทำงานของตนเอง ส่วนพนักงานที่มีความสำเร็จในความก้าวหน้าและมีความปลอดภัยมั่นคง

อีบี และคณะ (Eby, et al, 2005) ได้ศึกษา ทบทวนเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับตัวทำนายความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัยจำนวนทั้งสิ้น 1,401 เรื่องจากการทบทวนงานเอกสาร และงานวิจัย พบว่า งานวิจัย ได้แบ่งประเภทของตัวทำนายความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและเชิงอัตนัยออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ทุนมนุษย์ การสนับสนุนจากองค์การข้อมูลส่วนบุคคล และตัวแปรทางจิตวิทยา ความแตกต่างระหว่างบุคคลและจะประเมินความสำเร็จในอาชีพทั้งเชิงปรนัยและเชิงอัตนัย โดยความสำเร็จอาชีพเชิงปรนัย นั้น

ประเมินจากระดับเงินเดือนและการเลื่อนตำแหน่ง ส่วนความสำเร็จเชิงอัตนัยนั้น ประเมินจากความรู้สึกพึงพอใจในอาชีพ ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวทำนายทั้ง 4 ประเภท และความสำเร็จในอาชีพ พบว่า ทุมนมนุษย์(ได้แก่ จำนวนชั่วโมงการทำงาน การมีส่วนร่วมในการทำงาน ระดับการศึกษา การวางแผนอาชีพสัมพันธ์ภาพทางสังคม) และข้อมูลส่วนบุคคล (ได้แก่ สถานภาพสมรส) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัย ส่วนการสนับสนุนจากองค์กร (ได้แก่ การสนับสนุนในอาชีพ โอกาสในการได้รับการฝึกฝนทักษะหรือการฝึกอบรม) และตัวแปรทางจิตวิทยาความแตกต่างระหว่างบุคคล (ได้แก่ บุคลิกภาพด้านการมีสติรับผิดชอบ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพแบบควบคุมเหตุการณ์ และการใช้อำนาจควบคุมภายในตนเอง) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัย

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยมีการศึกษาตั้งแต่ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ (แบ่งตามอาคาร) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระดับแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม และการศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี นอกจากนี้ยังได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อระดับของการเกิดแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมและแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสามารถแสดงขั้นตอนของการศึกษาวิจัยได้ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบของการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 สมมุติฐานในการวิจัย
- 3.8 เทคนิคการให้คะแนน
- 3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.10 การวัดระดับตัวแปร

3.1 รูปแบบของการศึกษา

รูปแบบของการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้มีการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริง และข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้อง ของข้อค้นพบและข้อสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยและอัตนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในที่นี้ ได้มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.2.2 วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ทำการศึกษาสามารถประมาณการจำนวนของผู้ประกอบการได้ จึงเลือกใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 125)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 N = ขนาดของกลุ่มประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้คำนวณเมื่อ
 $N = 2,000$ หน่วย และ $e = 0.05$

$$n = \frac{2,000}{1 + 2,000 * (0.05)^2}$$

$$= 333.3 \approx 333 \text{ หน่วย}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เท่ากับ 333 หน่วย

จากการประมาณการจำนวนของผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการประมาณ 2,000 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 333 หน่วย โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ระดับ คือ การเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เก็บกลุ่มตัวอย่างในทุกอาคาร/ลานสินค้า และ การเลือกตามที่มีอยู่ (Accident Sampling) เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดไท แบ่งออกมากกว่า 20 อาคาร/ลานสินค้า ซึ่งมีความหลากหลายมากและมีสัดส่วนจำนวนของผู้ประกอบการไม่เท่ากันในแต่ละอาคาร โดยผู้ทำการวิจัยได้เลือกจำกัดขอบเขต เลือกเฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญๆจำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้แก่

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. อาคารส้ม | 2. อาคารผักและลานผัก |
| 3. ลานพีชไร้ | 4. อาคารผลไม้รวม |
| 5. ลานผลไม้ตามฤดูกาล | 6. อาคารข้าวสาร |
| 7. อาคารตลาดสด / ตลาดสดปลาซ่า | 8. อาคารปลาน้ำจืด |
| 9. อาคารแดงโม | 10. อาคารอาหารทะเล |
| 11. อาคารผลไม้แพ็ค | 12. อาคารประดับยนต์ |
| 13. อาคารของแห้งและแปรรูป | 14. อาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค |
| 15. อาคารต้นไม้ | 16. อาคารสัตว์เลี้ยง |
| 17. อาคารมือถือและไอที | 18. อาคารดอกไม้ |
| 19. อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด | 20. อาคารพาณิชย์ |

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

3.3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย วารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.3.2 กำหนดทฤษฎีการวิจัย ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและค้นหาทฤษฎีสนับสนุน

3.3.3 กำหนดตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มาจากการกำหนดตัวแปร

3.3.4 ให้คำนิยามศัพท์ (Operation Definition) ซึ่งได้มาจากการกำหนดตัวแปร

3.3.5 นำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างแบบสอบถาม เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.3.6 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าว ไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาและแก้ไข เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยนำข้อคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิมาคิดเป็นคะแนน โดยใช้ IOC (Index of item objective congruence) โดยวิธีการคิดค่า IOC มีดังนี้

- +1 คือ ข้อความถูกต้อง ตรงตามวัตถุประสงค์
- 0 คือ ไม่แน่ใจว่าข้อความถูกต้องหรือไม่
- 1 คือ ข้อความไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

สูตรในการหาค่า IOC คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการคิดค่าคะแนน IOC นั้น ค่าถามที่ดีจะมีค่า IOC ที่ เข้าใกล้ 1 มากที่สุด แต่ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรปรับปรุงแก้ไข ซึ่งในการคิดคะแนน IOC ของแบบสอบถามดังกล่าว มีค่าคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 0.7 คะแนน และมากที่สุดคือ 1 คะแนน จึงถือว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ ถึงอย่างไรก็ตามในแบบสอบถามข้อที่ไม่ถึง 1 คะแนนนั้น ผู้ทำการวิจัยจะทำการแก้ไข เพื่อให้คำถามเข้าใจได้ง่ายขึ้น และมีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

3.3.7 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความถูกต้องและเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3.8 นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้

(Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองกับผู้ประกอบการที่มีลักษณะและคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกไว้จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความเชื่อถือของข้อมูลที่จะได้จากแบบสอบถาม โดยคิดค่า Reliability ของปัจจัย 5 ด้าน คือ ด้านปัจจัยดึงดูด ด้านปัจจัยผลักดัน ปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ด้านความต้องการ

ความสำเร็จ และด้านความต้องการอำนาจ โดยมีค่า Reliability = 0.719 ซึ่งถือว่าเพียงพอแล้วสำหรับแบบสอบถามนี้

3.3.9 นำแบบสอบถามหลังที่ทำการปรับปรุงแก้ไขไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย แบบสอบถามที่มีคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยจะมีคำตอบให้ผู้ที่ถูกถามเลือก และให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น ตามลำดับของแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด ประกอบไปด้วยคำถาม 12 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม จำนวน 3 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็นข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

ข้อ 1 ปัจจัยดึงดูด แบ่งเป็น 4 ข้อย่อย

ข้อ 2 ปัจจัยผลักดัน แบ่งเป็น 5 ข้อย่อย

ข้อ 3 ปัจจัยด้านความสามารถ แบ่งเป็น 6 ข้อย่อย

ส่วนที่ 3 การศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้จำนวน 2 ข้อซึ่งแบ่งออกเป็นข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

ข้อ 1 ความต้องการความสำเร็จ แบ่งเป็น 5 ข้อย่อย

ข้อ 2 ความต้องการอำนาจ แบ่งเป็น 4 ข้อย่อย

ส่วนที่ 4 คือ ข้อเสนอแนะ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานีนั้น แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย มาจาก 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เนื่องด้วยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งในส่วนนี้ของข้อมูลนี้ ได้มาจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 หน่วย

ตามที่ได้คำนวณไว้ โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในส่วนของข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย หนังสือ เอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมไว้ก่อนแล้ว

3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.6.1 ตัวแปรต้นในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

3.6.2 ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors), ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor)
2. แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และ ความต้องการอำนาจ (Need for Power)

3.7 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 6 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 22 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 23 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 24 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 25 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 26 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 28 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 29 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 30 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

3.8 เกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามเรื่อง แรงงูใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี จำนวน 12 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของไลเคอร์ต์ (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ตัวเลือก ดังต่อไปนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของคำถาม โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้วยการหาช่องว่างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{สูตรอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของคำถามการศึกษาในระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำของสังคม และการศึกษาในระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ มีดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย
4.21 – 5.00	ระดับของแรงจูงใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับของแรงจูงใจมาก
2.61 – 3.40	ระดับของแรงจูงใจปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับของแรงจูงใจน้อย
1.00 – 1.80	ระดับของแรงจูงใจน้อยที่สุด

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นจะนำข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. การหาค่าความถี่ (Frequency)
3. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
4. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
5. การทดสอบสมมุติฐาน

3.10 การวัดระดับตัวแปร

3.10.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะมีการวัดระดับตัวแปรด้วยวิธีทางสถิติพื้นฐาน คือ หาค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าความถี่ (Frequency)

3.10.2 การศึกษาระดับแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม และการศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในส่วนนี้ จะมีการวัดตัวแปร ด้วยวิธีทางสถิติพื้นฐาน คือ หาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.10.3 การทดสอบสมมติฐาน จะมีการนำเอาในส่วนของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหมายถึง ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มาทดสอบสมมติฐานกับระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม และระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ เพื่อทดสอบว่า ความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลให้เกิดระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม และระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้หรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท โดยแบ่งออกตามอาคารต่างๆ 20 อาคาร ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพื้นฐาน คือ การหาค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าคะแนนเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถสรุปผลและนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	144	43.2
หญิง	189	56.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเป็นเพศชายจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29	31	9.3
30-39	87	26.1
40-49	129	38.7
50 ปีขึ้นไป	86	25.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 40-49 ปี จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ อายุ 30-39 ปี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ อายุ 20-29 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	48	14.4
สมรส	231	69.4
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	54	16.2
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 231 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมา คือ สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.2 และ สถานภาพโสด จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมัธยมตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	102	30.6
ระดับมัธยมตอนปลาย หรือ ปวช.	99	29.7
ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.	48	14.4
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	84	25.2
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมตอนต้น หรือ ต่ำกว่า จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมา คือ การศึกษาระดับระดับมัธยมตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.7 การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 และระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	13.8
30,000-50,000 บาท	113	33.9
50,001-100,000, บาท	113	33.9
100,001 บาท ขึ้นไป	61	18.3
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000-50,000 บาท และ 50,001-100,000, บาท มีจำนวนเท่ากัน คือ 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	59	17.7
6-10 ปี	143	42.9
11-15 ปี	95	28.5
16 ปีขึ้นไป	36	10.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการอยู่ที่ 6-10 ปี จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบกิจการอยู่ที่ 11-15 ปี จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ระยะเวลาในการประกอบกิจการ 1-5 ปี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ (แบ่งตามอาคาร)

ประเภทสินค้า (แบ่งตามอาคาร)	จำนวน	ร้อยละ
อาคารส้ม	17	5.1
อาคารผักและลานผัก	41	12.3
ลานพีชไร่	12	3.6
อาคารผลไม้รวม	16	4.8
ลานผลไม้ตามฤดูกาล	15	4.5
อาคารข้าวสาร	6	1.8
อาคารตลาดสด/ตลาดสดปลาซ่า	55	16.5
อาคารปลาน้ำจืด	10	3.0
อาคารแตงโม	9	2.7
อาคารอาหารทะเล	6	1.8
อาคารผลไม้แพ็ค	5	1.5
อาคารประดับยนต์	5	1.5
อาคารของแห้งและแปรรูป	10	3.0
อาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค	8	2.4
อาคารต้นไม้	9	2.7
อาคารสัตว์เลี้ยง	8	2.4
อาคารมือถือและไอที	7	2.1
อาคารดอกไม้	10	3.0
อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด	17	5.1
อาคารพาณิชย์	64	20.1
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จากการสุ่มเก็บกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในแต่ละอาคาร ส่วนใหญ่ผู้ทำการวิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการในอาคารพาณิชย์ จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.1 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการในอาคารตลาดสดและตลาดสดปลา จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 ผู้ประกอบการในอาคารผักและลานผัก จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้ประกอบการในอาคารสินค้าเบ็ดเตล็ดและอาคารส้ม มีจำนวนเท่ากันคือ 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.1 ผู้ประกอบการในอาคารผลไม้รวม จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8 ผู้ประกอบการในลานผลไม้ตามฤดูกาล 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ประกอบการในลานพืชไร่ 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้ประกอบการในอาคารปลาน้ำจืด อาคารของแห้งและแปรรูป และอาคารดอกไม้ มีจำนวนเท่ากันคือ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ผู้ประกอบการในอาคารเตียงไม้ และอาคารต้นไม้ มีจำนวนเท่ากันคือ 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ผู้ประกอบการในอาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค และอาคารสัตว์เลี้ยงมีจำนวนเท่ากันคือ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ผู้ประกอบการในอาคารมือถือและไอที จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 ผู้ประกอบการในอาคารอาหารทะเล จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 และผู้ประกอบการในอาคารผลไม้แพ็ค และอาคารประดับยนต์ มีจำนวนเท่ากันคือ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5

4.2 ผลการศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยดึงดูด	ระดับของแรงจูงใจ						รวม	Mean	S.D.	ระดับของแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ตอบ				
1. ความต้องการอิสระในการทำงาน	157 (47.1)	131 (39.3)	39 (11.7)	2 (0.6)	1 (0.3)	3 (0.9)	333 (100)	4.30	0.835	มากที่สุด
2. ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ	138 (41.4)	115 (34.5)	60 (18.0)	11 (3.3)	1 (0.3)	8 (2.4)	333 (100)	4.06	1.067	มาก
3. ความต้องการความร่ำรวย	149 (44.7)	129 (38.7)	38 (11.4)	6 (1.8)	3 (0.9)	8 (2.4)	333 (100)	4.17	1.035	มาก
4. ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง	58 (17.4)	78 (23.4)	131 (39.3)	41 (12.3)	15 (4.5)	10 (3.0)	333 (100)	3.28	1.196	ปานกลาง
รวม								3.95	1.033	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัย ดึงดูด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.95 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการ ตัวอย่างมีแรงดึงดูดในระดับสูงสุด คือ ระดับมาก ในปัจจัยด้านความต้องการอิสระในการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.30 รองลงมา กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านต้องการความร่ำรวย คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.17 ปัจจัยด้านความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.06 ตามลำดับ และ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.28

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

ปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ)	ระดับของแรงจูงใจ						รวม	Mean	S.D.	ระดับของ แรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ตอบ				
1. ถูกให้ออกจากงาน / ว่างาน	40 (12.0)	41 (12.3)	67 (20.1)	78 (23.4)	89 (26.7)	18 (5.4)	333 (100)	2.43	1.441	น้อย
2. การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง	30 (9.0)	100 (30.0)	111 (33.3)	33 (9.9)	41 (12.3)	18 (5.4)	333 (100)	2.97	1.320	ปานกลาง
3. รู้สึกว่าตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ	28 (8.4)	105 (31.5)	106 (31.8)	39 (11.7)	38 (11.4)	16 (4.8)	333 (100)	3.03	1.424	ปานกลาง
4. ถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจาก ครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจาก ครอบครัว	38 (11.4)	60 (18.0)	71 (21.3)	89 (26.7)	61 (18.3)	14 (4.2)	333 (100)	2.65	1.377	ปานกลาง
5. งานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ	38 (11.4)	111 (33.3)	113 (33.9)	32 (9.6)	22 (6.6)	17 (5.1)	333 (100)	3.18	1.258	ปานกลาง
รวม								2.85	1.364	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัย ผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.85 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับ ปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.18 ปัจจัยด้านรู้สึกว่าคุณเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.03 ปัจจัยด้านการงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.97 และปัจจัยด้านถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว คิด เป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.65 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านถูกให้ออกจากงาน / ว่างาน คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.43

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจ ทางด้าน การกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน	ระดับของแรงจูงใจ						รวม	Mean	S.D.	ระดับของแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ตอบ				
1. มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ	98 (29.4)	141 (42.3)	72 (21.6)	14 (4.2)	2 (0.6)	6 (1.8)	333 (100)	3.90	1.007	มาก
2. มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ	31 (9.3)	115 (34.5)	147 (44.1)	20 (6.0)	3 (0.9)	17 (5.1)	333 (100)	3.30	1.089	ปานกลาง
3. มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี	59 (17.7)	117 (35.1)	110 (33.0)	28 (8.4)	3 (0.9)	16 (4.8)	333 (100)	3.46	1.186	มาก
4. การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง	48 (14.4)	75 (22.5)	84 (25.2)	92 (27.6)	20 (6.0)	14 (4.2)	333 (100)	2.99	1.305	ปานกลาง
5. การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่	2 (0.6)	18 (5.4)	43 (12.9)	82 (24.6)	174 (52.3)	14 (4.2)	333 (100)	1.65	0.985	น้อยที่สุด
6. ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง	27 (8.1)	44 (13.2)	75 (22.5)	83 (24.9)	92 (27.6)	12 (3.6)	333 (100)	2.38	1.327	น้อย
รวม								2.94	1.150	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.90 ปัจจัยด้านมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.46 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.30 ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.99 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ ต่อมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.38 และกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 1.65

4.3 ผลการศึกษาระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจ ในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ความต้องการความสำเร็จ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ)	ระดับของแรงจูงใจ						รวม	Mean	S.D.	ระดับของ แรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ตอบ				
1. มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง	96 (28.8)	112 (33.6)	106 (31.8)	12 (3.6)	2 (0.6)	5 (1.5)	333 (100)	3.82	1.008	มาก
2. มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน	67 (20.1)	163 (48.9)	84 (25.2)	8 (2.4)	2 (0.6)	9 (2.7)	333 (100)	3.77	0.994	มาก
3. มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	92 (27.6)	131 (39.3)	82 (24.6)	12 (3.6)	1 (0.3)	15 (4.5)	333 (100)	3.77	1.168	มาก
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ	58 (17.4)	107 (32.1)	106 (31.8)	48 (14.4)	4 (1.2)	10 (3.0)	333 (100)	3.41	1.147	มาก
5. มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ	84 (25.2)	127 (38.1)	98 (29.4)	18 (5.4)	1 (0.3)	5 (1.5)	333 (100)	3.78	0.992	มาก
รวม								3.71	1.062	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.71 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการความสำเร็จในการประกอบการในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.82 ปัจจัยด้านมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.78 ปัจจัยด้านมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน กับปัจจัยด้านมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากัน คือ ร้อยละ 3.77 และปัจจัยด้านมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.41

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับของแรงจูงใจ ในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ความต้องการความสำเร็จ	ระดับของแรงจูงใจ						รวม	Mean	S.D.	ระดับของแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ตอบ				
1. มีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง	41 (12.3)	66 (19.8)	109 (32.7)	81 (24.3)	20 (6.0)	16 (4.8)	333 (100)	2.94	1.268	ปานกลาง
2. มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง	52 (15.6)	120 (36.0)	130 (39.0)	21 (6.3)	4 (1.2)	6 (1.8)	333 (100)	3.53	0.989	มาก
3. มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้	47 (14.1)	101 (30.3)	142 (42.6)	21 (6.3)	9 (2.7)	13 (3.9)	333 (100)	3.35	0.989	ปานกลาง
4. มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง	23 (6.9)	64 (19.2)	146 (43.8)	50 (15.0)	35 (10.5)	15 (4.5)	333 (100)	2.83	1.192	ปานกลาง
รวม								3.16	1.110	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.16 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก คือ ปัจจัยด้านมีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.53 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านมีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.35 ปัจจัยด้านมีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 และปัจจัยด้านมีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.83 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	3.9340	0.78223	0.159	0.690
ผู้หญิง	189	3.9683	0.76989		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.690 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	2.9681	0.8589	4.710	0.031*
ผู้หญิง	189	2.7640	0.84298		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.031 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	2.9039	0.70064	0.984	0.322
ผู้หญิง	189	2.9815	0.71155		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.322 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 4 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	4.4435	0.53506	5.488	0.001*
30-39 ปี	87	3.9885	0.65803		
40-49 ปี	129	3.9031	0.82402		
50 ปีขึ้นไป	86	3.8169	0.81748		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีScheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยดึงดูด

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.45504*	0.54045*	0.62669*
30-39 ปี	-	-	0.8540	0.17165
40-49 ปี	-	-	-	0.08624
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับด้านปัจจัยดึงดูดพบว่ามีอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.17 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .043 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .006 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .002 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ ๕ อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.1677	0.82316	2.153	0.093
30-39 ปี	87	2.908	1.01697		
40-49 ปี	129	2.8155	0.81148		
50 ปีขึ้นไป	86	2.7372	0.72161		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.093 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 6 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.4409	0.52449	6.964	0.000*
30-39 ปี	87	2.9713	0.7668		
40-49 ปี	129	2.9212	0.59878		
50 ปีขึ้นไป	86	2.7868	0.77656		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.46960*	0.51967*	0.65404*
30-39 ปี	-	-	0.5008	0.18444
40-49 ปี	-	-	-	0.13437
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน พบว่ามีอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.20 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .015 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .003 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนในด้านต่างๆ ได้แก่ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ, การมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ, การมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี, การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง, การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และความต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงงูใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 7 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	4.2396	0.72742	5.139	0.006*
สมรส	231	3.9394	0.74826		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	3.7593	0.86188		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.006 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.22 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างสถานภาพสมรสกับด้านปัจจัยดึงดูด

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
โสด	-	0.30019*	0.48032*
สมรส	-	-	0.18013
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสถานภาพสมรสกับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีสถานภาพสมรสอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.22 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 สถานภาพโสด กับ สมรส พบค่า Sig = .048 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า สถานภาพโสด กับ สมรส ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า สถานภาพโสด มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยดึงดูดในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างจากสถานภาพอื่นๆ ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้สามารถดึงดูดใจผู้ประกอบการที่มีสถานภาพโสดให้ประกอบกิจการของตนเองได้แตกต่างกับสถานภาพอื่นๆ

นอกจากนี้สถานภาพในคู่อื่นๆ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 8 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	2.9958	1.06110	0.846	0.430
สมรส	231	2.8199	0.85595		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.8630	0.61162		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.430 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ ๑ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.1111	0.82966	2.128	0.121
สมรส	231	2.9430	0.69539		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.8241	0.61720		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.121 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 10 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.6848	0.99643	7.510	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.8805	0.71033		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.9646	0.72107		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.2705	0.70163		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน ปัจจัยดึงดูด

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.12374	0.27083	0.50595*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.1471	0.38222*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.23512
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษากับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีระดับ การศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตาราง ที่ 4.26 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของ ผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .009 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของ ผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยดึงดูด ที่แตกต่างกับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระ ในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการ มีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง มีแรงดึงดูดใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับ การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แตกต่างจากระดับการศึกษาอื่น

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้าน ปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 11 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	2.8667	0.6136	0.665	0.547
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	2.7818	0.98316		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	2.9917	0.88386		
ปริญญาตรีขึ้นไป	84	2.8381	0.92852		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.547 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 12 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม. หรือต่ำกว่า	102	3.5373	0.77023	6.577	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.6727	0.76209		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.6167	0.84836		
ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.0214	0.73797		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน
ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.16914	0.13358	0.51552*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.03556	0.34638*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.38194*
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษากับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนพบว่า มีระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.29 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .009 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .024 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกับระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนในด้านต่างๆ มีแรงสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แตกต่างจากระดับการศึกษาอื่น

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 13 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.6848	0.99643	5.842	0.001*
30,001-50,000 บาท	113	3.8805	0.71033		
50,001-100,000 บาท	113	3.9646	0.72107		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	4.2705	0.70163		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านปัจจัย
ดึงดูด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 30,000 บาท	-	0.19575	0.27982	0.58571*
30,001-50,000 บาท	-	-	0.08407	0.38996*
50,001-100,000 บาท	-	-	-	0.30589
100,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.31 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .002 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .016 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป มีแรงจูงใจในการประกอบกิจการ ด้านปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 50,000 บาท

นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	2.9522	0.80794	0.899	0.442
30,001-50,000 บาท	113	2.8602	0.85352		
50,001-100,000 บาท	113	2.885	0.82627		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	2.7016	0.94065		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
แรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ
0.442 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 15 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	2.808	0.74034	0.91	0.437
30,001-50,000 บาท	113	2.9292	0.71471		
50,001-100,000 บาท	113	3.0000	0.70289		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	2.9918	0.67455		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
แรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน
จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.437 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1
ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 16 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.9237	0.87377	2.410	0.067
6-10 ปี	143	3.8671	0.73327		
11-15 ปี	95	3.9921	0.79765		
16 ปีขึ้นไป	36	4.2431	0.63944		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.067 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 17 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	2.8237	0.85749	5.821	0.001*
6-10 ปี	143	2.9427	0.83062		
11-15 ปี	95	2.9368	0.82836		
16 ปีขึ้นไป	36	2.3167	0.84769		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับ ปัจจัยผลึกคั่น

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี	-	0.11893	0.11311	0.50706*
6-10 ปี	-	-	0.00582	0.62599*
11-15 ปี	-	-	-	0.62018*
16 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับปัจจัยผลึกคั่นพบว่า มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.36 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .044 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .001 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีกับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .003 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 16 ปี จะมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึกคั่นที่แตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 16 ปี สามารถตีความได้ว่า อาจเป็นเพราะปัจจัยผลึกคั่นที่เป็นแรงขับให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีระดับของแรงจูงใจในการประกอบกิจการของตนเอง สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่า

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 18 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.0367	0.71523	0.522	0.668
6-10 ปี	143	2.9289	0.70280		
11-15 ปี	95	2.9035	0.72834		
16 ปีขึ้นไป	36	2.9954	0.66367		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.668 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 19 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

เพศ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ผู้ชาย	144	3.6778	0.67029	0.45	0.503
ผู้หญิง	189	3.7365	0.87238		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.503 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 20 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

เพศ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ผู้ชาย	144	3.1788	0.86787	0.071	0.790
ผู้หญิง	189	3.1521	0.9356		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.790 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 21 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

อายุ	n	Mean	S.D.	t	Sig
20-29 ปี	31	4.1677	0.66753	4.508	0.004*
30-39 ปี	87	3.6828	0.84719		
40-49 ปี	129	3.7132	0.68822		
50 ปีขึ้นไป	86	3.5721	0.86564		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.004 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.48498*	0.45456*	0.59565*
30-39 ปี	-	-	0.03042	0.11067
40-49 ปี	-	-	-	0.14109
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีช่วงอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.41 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .033 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .038 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .004 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ความต้องการความสำเร็จด้านต่างๆ ได้แก่ การวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง, การมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน, การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง, การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ, การมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 22 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.6210	0.83634	3.953	0.009*
30-39 ปี	87	3.1121	0.89958		
40-49 ปี	129	3.2035	0.90018		
50 ปีขึ้นไป	86	2.9913	0.89808		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.009 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.50890	0.41748	0.62969*
30-39 ปี	-	-	0.09142	0.12079
40-49 ปี	-	-	-	0.21221
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีช่วงอายุ 1 คู่ที่แตกต่างกันตามตารางที่ 4.43 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ช่วงอายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .011 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันหลายช่วง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อแรงจูงใจที่แตกต่างกันของช่วงอายุที่แตกต่างกันหลายช่วง อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในการประกอบการ ความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างดังกล่าวเกิดขึ้น

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 23 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.8875	0.93890	1.861	0.157
สมรส	231	3.7030	0.74690		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	3.5889	0.81930		

จากตารางที่ 4.44 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.157 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 24 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.2708	1.08891	1.973	0.141
สมรส	231	3.1916	0.84721		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.9491	0.95461		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.141 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 25 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.5373	0.77023	6.577	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.6727	0.76209		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.6167	0.84836		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.0214	0.73797		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.13547	0.07941	0.48417*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.05606	0.34870*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.40476*
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาเกี่ยวกับด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.47 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .001 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .027 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .040 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ ที่แตกต่างกับระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าความต้องการความสำเร็จในด้านต่างๆ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 26 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.0588	0.90664	1.933	0.124
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.1263	0.89526		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.1146	0.89019		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	3.3631	0.91045		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.124 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจใน ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจใน ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.6348	0.92405	0.944	0.420
30,001-50,000 บาท	113	3.6743	0.82254		
50,001-100,000 บาท	113	3.6991	0.72758		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	3.859	0.73425		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.420 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 28 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจใน
 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
 การเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
 การเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงใจใน
 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.038	1.12171	3.028	0.030*
30,001-50,000 บาท	113	3.1239	0.84984		
50,001-100,000 บาท	113	3.0885	0.86983		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	3.4713	0.84422		

จากตารางที่ 4.50 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
 แรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่
 ได้เท่ากับ 0.030 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตาม
 สมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.51 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 30,000 บาท	-	0.8585	0.05045	0.43327*
30,001-50,000 บาท	-	-	0.0354	0.34742*
50,001-100,000 บาท	-	-	-	0.38282*
100,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4.51 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .014 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .015 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาทกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .008 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาทกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไปจะมีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างจากรายได้เฉลี่ยในช่วงอื่นๆ ซึ่งปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้าน

ของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อระดับของแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งมีความแตกต่างจากช่วงรายได้ที่ต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเกิดจากกระแสเงินสดไม่เพียงพอในการทำธุรกิจ เนื่องจากมีรายได้น้อยกว่า จึงไม่กล้าเสี่ยงและมีอำนาจไม่มากพอในการทำธุรกิจ แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ จึงกลายเป็นแรงจูงใจในการประกอบการที่ส่งผลกับผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป มากกว่าช่วงระดับรายได้อื่นๆ

นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 29 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.9254	0.72292	3.639	0.013*
6-10 ปี	143	3.6573	0.67579		
11-15 ปี	95	3.5747	0.90964		
16 ปีขึ้นไป	36	3.9333	0.89443		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จาก

ค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.013 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี		0.26808*	0.35069*	0.00791
6-10 ปี			0.08261	0.27599
11-15 ปี				0.35860*
16 ปีขึ้นไป				

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ อย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4.53 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 6-10 ปี พบค่า Sig = .027 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 6-10 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 11-15 ปี พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 11-15 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .020 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 30 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.1356	0.89818	4.204	0.006*
6-10 ปี	143	3.0664	0.87661		
11-15 ปี	95	3.1421	0.91867		
16 ปีขึ้นไป	36	3.6528	0.87887		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.006 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี		0.06916	0.00651	0.51718
6-10 ปี			0.07567	0.58634*
11-15 ปี				0.51067*
16 ปีขึ้นไป				

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.55 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .038 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป มีแรงจูงใจในด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่า โดยปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อระดับของแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป อาจเนื่องมาจากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนาน จึงส่งผลให้เกิดอำนาจทางการค้า เกิดอำนาจเหนือคู่แข่งและมีความกล้าเสี่ยงเนื่องจากมีประสบการณ์

ในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนาน จึงเป็นผลให้ความต้องการอำนาจมีผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไปมากกว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอื่นๆ

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างที่รวบรวมมาจำนวน 333 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ SPSS (Statistical Package of Social Science) ในการคำนวณและวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับลักษณะทางประชากรศาสตร์, และระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการทดสอบสมมุติฐาน โดย ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way analysis of variance) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้หาผลการทดสอบรายคู่ของตัวแปรที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่มีค่า Sig.ต่ำกว่า 0.05 โดยเลือกใช้วิธีการทดสอบค่าความแตกต่างด้วยวิธี Scheffe และ LSD ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในอาคารพาณิชย์ได้มากที่สุด

5.1.2 การศึกษาระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างทางด้านการกระทำทางสังคม โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านของปัจจัยดังต่อไปนี้

ด้านปัจจัยดึงดูด

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัยดึงดูด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.95 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับสูงสุด คือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการอิสระในการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 4.30

ด้านปัจจัยผลักดัน

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.85 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ งานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.18

ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.90

5.1.3 การศึกษาแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านของปัจจัยดังต่อไปนี้

ด้านความต้องการความสำเร็จ

พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.71 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการความสำเร็จในการประกอบการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะนิสัยมีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และควบคุมระบบการทำงานได้ด้วยตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.82

ด้านความต้องการอำนาจ

พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.16 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความกล้าเสี่ยงในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.53

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้ทำการศึกษาในทฤษฎีแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม และ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

5.2.1 แรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม

1. ปัจจัยดึงดูด

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ รายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ ความต้องการอิสระในการทำงานมากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการความร่ำรวย และความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ อยู่ในระดับมาก และความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเองในระดับปานกลาง

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 5-8) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ในข้อที่ 4 ว่า “ลักษณะผู้ประกอบการที่มีความเป็นอิสระและมีอำนาจในการควบคุมตนเองหรือการเป็นเจ้านายตนเองมีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลต่างๆ เข้าไปประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจและทำการตัดสินใจในงานส่วนต่างๆ ได้ และสามารถบริหารธุรกิจของตนเองได้โดยรับผิดชอบความสำเร็จหรือความล้มเหลวด้วยตนเอง”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 15-22) ที่กล่าวถึงข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ในข้อที่ 1 ว่า “ความเป็นอิสระ การประกอบธุรกิจของตนเองนั้นมีความอิสระ เจ้าของธุรกิจสามารถกระทำการที่คิดว่าดีที่สุดเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาทางธุรกิจ เจ้าของธุรกิจจะตอบคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่นำไป แต่เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้มีอิสระที่จะทำอะไรได้ตามใจชอบเสมอไป เพราะต้องปฏิบัติตามความต้องการของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมด้วย เช่น การทำให้ลูกค้าพอใจ การปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้และผู้จำหน่ายสินค้า การ

พิจารณาความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงานและการเคารพกฎหมายที่กระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมถูกกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ”

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิรินาถ ปัดถามัง (2554: 207) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจในเรื่องของการมีอิสระในการทำงานมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยดึงดูดกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องกันและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยดึงดูด ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท และผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	ต้องการอิสระ	มากที่สุด	ต้องการอิสระ	มากที่สุด
2	ต้องการร่ำรวย	มาก	ต้องการความก้าวหน้า	มากที่สุด
3	ต้องการความก้าวหน้า	มาก	ต้องการร่ำรวย	มากที่สุด
4	ต้องการชื่อเสียง	ปานกลาง	ต้องการชื่อเสียง	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 1 และ 4 คือ ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับความต้องการอิสระในการทำงานมากเป็นอันดับ 1 และมีความต้องการชื่อเสียงเป็นอันดับ 4 ผลการวิจัยมีความแตกต่างกันในลำดับที่ 2 และ 3 นั่นคือ ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสนใจกับความต้องการร่ำรวยมากกว่าความก้าวหน้า ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ต้องการความก้าวหน้ามากกว่าความร่ำรวย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทตลาดไท	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร
เพศ	หญิง > ชาย	หญิง > ชาย
อายุ	40-49	26-35
สถานภาพสมรส	สมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ป.ตรีขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	30,001-100,000 บาท	10,001-20,000 บาท
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	6-10 ปี	1-5 ปี

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 100,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีเป็นส่วนใหญ่

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปีเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยที่แตกต่างกันในลำดับที่ 2 และ 3 อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า และมีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ จึงมีความต้องการความก้าวหน้ามากกว่า ส่วนผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท มีอายุมากกว่าและส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จึงมีความต้องการความร่ำรวยมากกว่า

2. ปัจจัยผลักดัน

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านปัจจัยผลักดันที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ทั้ง 2 อย่างนี้ มีแรงผลักดันในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ ปัจจัยเรื่องงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอมากที่สุด ซึ่งมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง รองลงมาเป็น ความรู้สึกว่าคุณเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง ถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว และการถูกให้ออกจากงาน / วางงาน มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อยตามลำดับ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ในชั้นความต้องการทางร่างกาย ดังนี้

“ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกายจะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดย Maslow เป็นความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย เป็นต้น ความต้องการนี้สนองตอบแรงขับทางกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยา รักษาโรค (ตามปัจจัยสี่) ฯลฯ เช่น บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและสภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพออุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรางค์ โค้วตระกูล (2544: 169) ในหัวข้อประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

“แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก จูงใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ได้รับสิ่งตอบแทนหรือรางวัล หรือหลีกเลี่ยงจากผลที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้เช่น แรงเสริมชนิดต่างๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ เงิน ตัวแปรต่างๆ ที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 5-8) ที่กล่าวถึง คุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ในข้อที่ 1 ว่า

“การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็น โอกาสที่จะได้กำไรและสะสมความ มั่นคง ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการจะต้องคาดหวังกำไรและเผชิญกับแนวโน้มของความเสี่ยงในการ ประกอบธุรกิจ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 15-22) ที่กล่าวถึง ข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ในข้อที่ 3 ว่า

“กำไรเปรียบเสมือนเงินเดือน สิ่งจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ ธุกิจขนาดย่อม คือ การเป็นนายและทำงานเพื่อผู้ประกอบการ ดังนั้น กำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานของ ธุกิจจึงเปรียบเสมือนรางวัลอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ธุกิจ ขนาดย่อมบางแห่งสามารถทำกำไรได้มากที่สุดเพราะว่ากำไรจะเป็นเงินทุนแก่เจ้าของผู้ประกอบการ ซึ่งช่วยให้ครอบครัวมีความสุขความสบายเป็นอย่างดี”

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการประกอบกิจการของตนเอง เนื่องจากมี แรงผลักดันที่มาจากแรงจูงใจภายนอก โดยมีรางวัลในรูปแบบของเงินเป็นสิ่งจูงใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ ผู้ประกอบการ ต้องการและคาดหวังจากการประกอบกิจการ ดังนั้น หากงานประจำเดิมที่ทำอยู่ไม่ สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายได้ จึงเป็นแรงผลักดันให้เปลี่ยนมาประกอบ อาชีพเป็นผู้ประกอบการ มีกิจการของตนเอง เพื่อมุ่งหวังกำไรและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยผลักดันกับงานวิจัย ของสิรินาด บัณฑิตมัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มี ความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.3 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยผลักดัน ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท และผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับ ที่	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดไทตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัด สวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	งานประจำมีรายได้ไม่ เพียงพอ	ปานกลาง	ไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือ องค์กรนั้นๆ	ปานกลาง
2	ไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ	ปานกลาง	ถูกคาดหวังการจากครอบครัว/ สืบทอดกิจการ	น้อย
3	การทำงานที่ทำอยู่เดิมไม่มี ความมั่นคง	ปานกลาง	การทำงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความ มั่นคง	น้อย
4	ถูกคาดหวังการจาก ครอบครัว/ สืบทอด กิจการ	ปานกลาง	ถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน	น้อย
5	ถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน	น้อย	-	-

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 3 โดยผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในลำดับที่ 3 คือ การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง

ผลการวิจัยที่มีความแตกต่างกัน ในลำดับที่ 1 สิ่งที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท ให้ความสนใจว่าเป็นแรงผลักดันในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดคือ รายได้ประจำไม่เพียงพอ ส่วนผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในเรื่องความรู้สึกว่าตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ ทั้งนี้อาจเกิดจากช่วงวัยที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท จึงเป็นเรื่องธรรมดาของการให้ความสำคัญกับความรู้สึกในการทำงานมากกว่า ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไทที่ส่วนใหญ่มีอายุและสมรสแล้ว แรงผลักดันจึงเกิดจากต้องการรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อใช้จ่ายในครอบครัว อีกทั้งแบบสอบถามเดิมของสิรินาถ ปัดถามัง ไม่มีคำถามข้อรายได้ไม่เพียงพอ จึงอาจเกิดความแตกต่างได้

ส่วนในปัจจัยอื่นๆ ถึงแม้ว่าจะเรียงลำดับการให้ความสำคัญแตกต่างกันบ้างแต่มีแรงจูงใจเท่ากัน เช่น ปัจจัยการถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน มีแรงจูงใจน้อยเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้มีแรงสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ มากที่สุด มีแรงจูงใจในระดับมาก รองลงมาเป็น ปัจจัยด้านมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี มีแรงจูงใจในระดับมาก มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ และการได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AECจึงประกอบกิจการของตนเอง น้อย และการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในประการที่ 1 คือ

“ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ก็จะต้องเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสและหาช่องทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนวย ชีระวนิช (2546: 6-8) ได้ให้ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการว่า

“ผู้ประกอบการ เป็นผู้ที่ต้องมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและเป็นผู้ดำเนินการพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นผู้ประกอบการจะมีลักษณะเป็นผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น” จากลักษณะดังกล่าวได้แบ่งลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 8 ข้อ ซึ่งข้อที่มีความสอดคล้องคือข้อที่ 7 ได้กล่าวไว้ว่า

“การมุ่งเน้นที่อนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้น ไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นในอนาคต โดยค้นหาโอกาสและสร้างกิจกรรมของตนจากธุรกิจขนาดย่อม”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับ แฮทเทน (Hatten, 1997: 31, 40) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ในข้อที่ 1 ว่า “ผู้ประกอบการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจนั้นๆได้”

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.4 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับแรงจูงใจ
1	มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ	มาก
2	มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี	มาก
3	มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ	ปานกลาง
4	การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง	ปานกลาง
5	ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AECจึงประกอบกิจการของตนเอง	น้อย
6	การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่	น้อยที่สุด

ตารางที่ 5.4 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร (ต่อ)

ลำดับ ที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ	มาก
2	การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง	มาก
3	มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี	มาก
4	มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ	มาก
5	การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่	น้อย
6	-	-

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 1 ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจกับการมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนในการสร้างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการในระดับมาก เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมองเห็นช่องทางหรือมีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสำคัญที่สุด ปัจจัยอื่นๆที่รองลงมาสามารถหาเพิ่มเติมได้ในภายหลัง เช่น เงินทุน ความรู้ความสามารถ ฯลฯ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการทั้ง 2 สถานที่มีระดับของแรงจูงใจในปัจจัยการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่น้อยถึงน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลยังเข้าไม่ถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่แท้จริง

5.2.2 แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

1. ความต้องการความสำเร็จ

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับลักษณะนิสัยที่มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุม

ระบบการทำงานด้วยตัวเอง มากที่สุด โดยมีระดับของแรงจูงใจอยู่ที่ ระดับมาก รองลงมาคือ มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูงและการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ โดยมีแรงจูงใจในระดับมากทั้งหมด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของคำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และสุนิ เลิศแสวงกิจ (2541: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมาและคอยดูแลระดับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ ชีระวนิช (2546: 6-8) ได้แบ่งลักษณะของผู้ประกอบการ โดยสอดคล้องกับข้อที่ 2 คือ

“ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการ โดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ประกอบการ มีการควบคุมและใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้นและเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่”

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านความต้องการความสำเร็จกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.5 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการ
บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง	มาก
2	มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ	มาก
3	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	มาก
4	มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน	มาก
5	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ	มาก

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ	มากที่สุด
2	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	มาก
3	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ	มาก
4	มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง	มาก
5	มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน	มาก

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ให้ความสนใจในด้านปัจจัยด้านความสำเร็จแตกต่างจากผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันในทุกลำดับ โดยผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสนใจในด้านปัจจัยการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง เป็นอันดับ 1 ในปัจจัยด้านความสำเร็จ ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในด้านความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทมีช่วงอายุที่ผ่านเลยด้านความมุ่งมั่นมาแล้ว มีกิจการที่มีระยะยาวนานกว่าจึงให้ความสำคัญด้านการวางแผนมากที่สุด ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักรมีช่วงอายุที่น้อยกว่า อีกทั้งกิจการยังมีระยะเวลาในการ

ดำเนินการที่น้อยกว่าด้วยจึงมองเห็นว่าความมุ่งมั่นมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 ในการประสบความสำเร็จ

2. ความต้องการอำนาจ

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ รายได้ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับลักษณะนิสัย ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงาน และการแข่งขันกับคู่แข่งมากที่สุด มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยอื่นที่เหลือมีแรงจูงใจระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่งและการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรยุทธ วัฒนศุภโชค (2542: 66) ได้ให้ความหมายว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาจะต้องมีความอดทนมุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543: 39) ได้ให้ความหมายว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกันและนำสติปัญญาความสามารถ ประสบการณ์และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร อุจจ์ศรี (2544: 16) สรุปความหมาย ผู้ประกอบการว่า

“บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร หรือเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุ้นในการ

เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ที่ดีตามพันธกิจในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำเอาความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งแก่กิจการ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้น โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร โดยมีสิ่งที่พิจารณาเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และประเมินทักษะความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธา ปริญญาตรี (2545: 29) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจ ชีระวนิช (2546:6) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินการและเป็นผู้นำในในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโต โดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmerer, 2003: 3) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของวิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ โดยสอดคล้องในข้อที่ 2 คือ

“ผู้ประกอบการ ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันที เมื่อมองเห็น โอกาส อย่างมั่ววิธโร มิฉะนั้นจะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใดๆ”

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการประกอบกิจการได้ ต้องมีความกล้าเสี่ยงในการดำเนินงาน ในการลงทุน ในการแข่งขันกับคู่แข่ง เพื่อความก้าวหน้าในกิจการและเพื่อประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านความต้องการอำนาจกับงานวิจัยของ สิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับแรงจูงใจ
1	มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง	มาก
2	มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้	ปานกลาง
3	มีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง	ปานกลาง
4	มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง	ปานกลาง

ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการ
บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร (ต่อ)

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้	มาก
2	มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง	มาก
3	มีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง	ปานกลาง
4	มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.6 พบว่า มีความสอดคล้องกันในปีจจัยลำดับที่ 3 และ 4 นั่นคือ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง และ การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเองตามลำดับ

ผลการวิจัยที่มีความแตกต่างกัน คือ ลำดับที่ 1 และ 2 โดยที่ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสำคัญกับ ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่งมากกว่าความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสำคัญกับความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ มากกว่ามีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน จึงทำให้มองเห็นถึงความสำคัญในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่มากกว่าผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร จึงส่งผลต่อการจูงใจด้านความเสี่ยงมากกว่า หมายความว่า เห็นความสำคัญของการกล้าเสี่ยงจึงมีความกล้าเสี่ยงมากกว่า ด้วยประสบการณ์ที่มากกว่า จึงมีความมั่นใจว่าความเสี่ยงเหล่านั้นจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการ ในขณะที่ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักรให้ความสำคัญกับการโน้มน้าวใจมากกว่า ทั้งนี้เพื่อทำให้อกิจการที่เพิ่งเริ่มต้นในระยะเวลา 1-5 ปี มีความมั่นคงมากขึ้น เพราะหากมั่นคงแล้วจะมีความพร้อมในการกล้าเสี่ยงและสามารถเผชิญกับความท้าทายต่างๆได้

สามารถสรุปได้ว่า ผลการเปรียบเทียบการวิจัยดังกล่าว มีความแตกต่างกันในบางปัจจัย ซึ่งไม่ได้เกิดจากระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้ผลการวิจัยเปลี่ยน แต่เกิดความแตกต่างของ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม นั่นคือ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างบริเวณตลาดไท และ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร จึงทำให้ผลการวิจัยแตกต่างกันในบางปัจจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยดึงดูด

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการว่า การประกอบกิจการของตนเองมีอิสระสูง เป็นนายของตนเอง มีความเป็นตัวของตัวเอง ทำมาหากินได้มากขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการประกอบกิจการของตนเอง ทั้งนี้ มีปัจจัยเรื่องเงินเข้ามาเป็นแรงดึงดูดในความมุ่งมั่นในการประกอบกิจการ

2. ด้านปัจจัยสนับสนุน

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการว่า สิ่งที่เป็นปัจจัยสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการ คือ โอกาสในการประกอบธุรกิจ เงินลงทุนที่เพียงพอ สถานที่ประกอบกิจการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหากเลือกสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือไม่เหมาะสมกับตลาดอาจทำให้เกิดความล้มเหลวในการประกอบกิจการ ควรมีความรู้ความสามารถความชำนาญในการประกอบกิจการของตนเองเพื่อความอยู่รอดของกิจการ และควรมีสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด

3. ด้านความสำเร็จ

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ โดยแบ่งเป็น

ด้านผู้ประกอบการ

ในการประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้องคิดให้ดีกว่าคนอื่นที่จะลงมือทำ ควรศึกษาหาความรู้ก่อนการเริ่มประกอบกิจการ มีความขยันหมั่นเพียร อดทน มีความพยายาม รักในกิจการ ประหยัดคอดออม สามารถยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจได้ ควรสร้างความภูมิใจในตนเอง อย่าคำก่าไรเกินควร มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และควรมีการจัดการขยะที่ดี ซึ่งการจัดการขยะเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการมักมองข้าม เนื่องจากในการประกอบกิจการจะต้องเกิดขยะจากการประกอบกิจการเป็นเรื่องปกติ เช่น เศษพลาสติก ขยะจากอาหาร บรรจุภัณฑ์ ถังอลูมิเนียม เป็นต้น ซึ่งถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการทุกคนในการจัดการขยะในสถานที่จำหน่ายสินค้าของตนเอง เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีในอนาคต และช่วยลดระยะเวลาในการทำความสะอาดของตลาดด้วย

ด้านสินค้า

ควรจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่ใช่แค่ถูกอย่างเดียว ควรรักษามาตรฐานของสินค้าในการจำหน่ายด้วย เพราะนอกจากจะมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าแล้ว ยังสามารถช่วยเพิ่มจำนวนของลูกค้าประจำได้ด้วย

ด้านการบริการ

ควรใส่ใจในการบริการลูกค้าทุกระดับให้มีความประทับใจ ด้อนรับลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถแนะนำลูกค้าได้ควรมีอัธยาศัยดี จริงใจในการให้บริการ ในบางสินค้าควรมีบริการหลังการขายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรมีการศึกษาแรงจูงใจในทฤษฎีอื่นๆ ที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งการศึกษาเรื่องแรงจูงใจ คือการศึกษาในสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนเป็นผู้ประกอบการอาจศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการในแง่มุมใหม่ๆ เช่น ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของแรงจูงใจที่เกิดขึ้นก่อนประกอบกิจการและหลังการประกอบกิจการ ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยที่ทำให้ล้มเหลวในการประกอบกิจการ เป็นต้น

5.4.2 ควรมีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น อาจเป็นผู้ประกอบการเดิม แต่สถานที่แตกต่าง หรือเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างอื่น เพื่อให้งานวิจัยที่ได้ในครั้งต่อไปมีความหลากหลายและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5.2.3 ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ควรมีจำนวนข้อที่น้อย แต่มีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูล ควรใช้คำถามที่ง่ายต่อการตีความ ง่ายต่อการเข้าใจ และถ้าเป็นไปได้ผู้วิจัยควรลงมือช่วยในการทำแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขาดความเข้าใจในการทำแบบสอบถาม อาจเป็นการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

5.2.4 ควรมีการศึกษาในหัวข้อนี้ซ้ำอีกครั้งหนึ่ง เพื่อต้องการทราบว่าระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป หรือกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจะส่งผลกระทบต่อระดับแรงจูงใจอย่างไร และช่วยให้ข้อมูลมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจไทยที่ยั่งยืนในอนาคตนั้น รัฐบาลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกว่า SMEs ของไทยให้สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ ปัจจุบัน ภาครัฐได้จัดหมวดหมู่ให้ SMEs ครอบคลุม ประเภทธุรกิจ 4 กิจกรรมสำคัญ คือ (1) กิจกรรมการผลิต (Production Sector) ซึ่งครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining) (2) กิจกรรมบริการ (Service Sector) (3) กิจกรรมค้าส่ง (Wholesale Sector) และ (4) กิจกรรมค้าปลีก (Retail Sector) นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้กำหนดนิยามของ SMEs โดยมีเงื่อนไขประกอบกัน 2 ประการ คือ จำนวนการจ้างงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร โดยในการพิจารณากำหนดขนาดจะเลือกเงื่อนไขที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนดขนาด เช่น ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises: SE) แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises: ME) หรือในทางกลับกัน จะถือว่ากิจการนั้นเป็น วิสาหกิจขนาดย่อม (SE)

ในการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า SMEs ถือเป็นกลไกสำคัญ ต่อการเติบโตของเศรษฐกิจหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน SMEs เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง SMEs ยังกระจายตัวไปในหลายสาขาการผลิต และเนื่องจาก SMEs ซึ่งเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนจำนวนไม่สูงมากนัก กิจการจึงมีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อนมากนักเมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ ส่งผลให้ SMEs มีความคล่องตัวในการบริหารธุรกิจและสามารถปรับตัวเข้ากับ สถานการณ์ทั่วไปได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น บทบาทของ SMEs จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศแต่เพียงเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชน ที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่

ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความเข้มแข็ง ต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลล่าสุด ณ สิ้นปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 2,781,945 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2,739,142 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.5 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดเล็กมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 2,724,902 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.9 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ โดยมีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคการขนส่ง ขยายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ มากที่สุด จำนวน 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคบริการ 1,035,089 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 511,015 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามจังหวัด พบว่า จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 541,257 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รองลงมาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 93,235 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 85,842 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยที่สุด คือ จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวน 5,518 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนวิสาหกิจสูงสุด คือ กิจกรรมการขนส่ง ขยายปลีกและซ่อมแซมยานยนต์ฯ มีวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,195,688 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ รองลงมาเป็นกิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 487,418 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 484,834 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ ส่วนกิจกรรมโรงแรมและภัตตาคาร มีจำนวนทั้งสิ้น 305,495 ราย ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 304,919 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ

ในด้านการจ้างงาน SMEs ถือเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก โครงสร้างการผลิตจึงเน้นการใช้แรงงานเป็นสำคัญ โดยจำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในปี 2555 พบว่า กิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,623,747 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,430,521 คน รองลงมาเป็นกิจกรรมการขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซม ยานยนต์ มีจำนวนการจ้างงานมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,375,277 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,908,916 คน ส่วนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนการจ้างงานน้อยที่สุดคือ กิจกรรมการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,585 คน โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) ทั้งหมด

SMEs เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดย SMEs มีบทบาทสำคัญในด้านอื่นๆ อาทิ เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุนสร้างเสริมประสิทธิภาพ และเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ช่วยเชื่อมโยงภาคการผลิตต่างๆ จากการเป็นธุรกิจต้นน้ำ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำโดยการผลิตที่กระจายตัวไปยังภูมิภาค เป็นต้น

สถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน จะพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้นทั้งจาก ปัจจัยภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันที่สูงขึ้นจากจำนวน SMEs ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การดำเนินนโยบายของภาครัฐ เช่น นโยบายเพิ่มรายได้แรงงาน 300 บาท ซึ่งส่งผลให้ SMEs ที่มีอยู่และที่กำลังเข้ามาสู่ตลาดจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อยกระดับขีดความสามารถ ในการแข่งขัน และสร้างฐานของกิจการให้เข้มแข็ง ขณะที่ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกประเทศก็มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผล กระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และผลกระทบภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งเห็นว่า SMEs ไทยจะต้องอาศัยจุดแข็งจากความได้เปรียบของการเป็นฐานการผลิต สินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรกรรมรายสำคัญของโลก และการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อสร้างโอกาสและความเข้มแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

จะเห็นได้ว่า SMEs ไทยเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศอย่างแท้จริง จึงเป็นสาเหตุให้มีผู้วิจัยจำนวนมาก สนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ SMEs ไทยในแง่มุมต่างๆ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับ ผู้ประกอบการ ที่เชื่อมโยงกับทฤษฎีต่างๆ ในหลากหลายสาขาวิชา เช่น การศึกษาถึงผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการเข้าสู่ AEC การศึกษาถึงคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ การศึกษาวิชาเกี่ยวกับสาขาวิชาทางจิตวิทยา ด้านแรงจูงใจในแง่ของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ทำวิจัยรู้สึกสนใจเกี่ยวกับแรงจูงใจของการเป็นผู้ประกอบการ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ และจากการศึกษางานวิจัยของสิรินาถ บัณฑิตามัง ในหัวข้อแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ปี พ.ศ. 2554 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยระดับที่มีระดับของแรงจูงใจมากที่สุด คือ บัณฑิตามัง ในด้านของความต้องการมีอิสระในการทำงาน ส่วนในด้านของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน แรงจูงใจที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ความต้องการความสำเร็จ ในด้านของความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ด้วยเหตุนี้ ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยต้องการทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลการวิจัยดังกล่าวว่า ระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจาก พ.ศ 2554 – 2556 อีกทั้งยังมีหลายปัจจัยที่เข้ามามีผลกระทบต่อ SMEs ในหลายด้าน เช่น การเข้าสู่ AEC การขึ้นค่าแรง 300 บาท ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก ฯลฯ ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ส่งผลให้ผลการวิจัยมีการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกผู้ประกอบการรายย่อย ในกลุ่มกิจการค้าปลีก ในบริเวณตลาดไท เนื่องจากตลาดไท เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นแหล่งกระจายสินค้าที่สำคัญและเป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการจำนวนมากกว่า 2,000 ราย โดยแบ่งเป็นอาคารและลานสินค้าต่าง ๆ กว่า 20 อาคาร/ลานสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกตามประเภทและชนิดของสินค้าในแต่ละอาคาร โดยผู้ทำการวิจัย จะทำการศึกษาผู้ประกอบการ โดยการสุ่มตัวอย่างจากทุก ๆ อาคารและลานสินค้า จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยจำกัดขอบเขต เลือกเฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญ ๆ จำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานีในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ

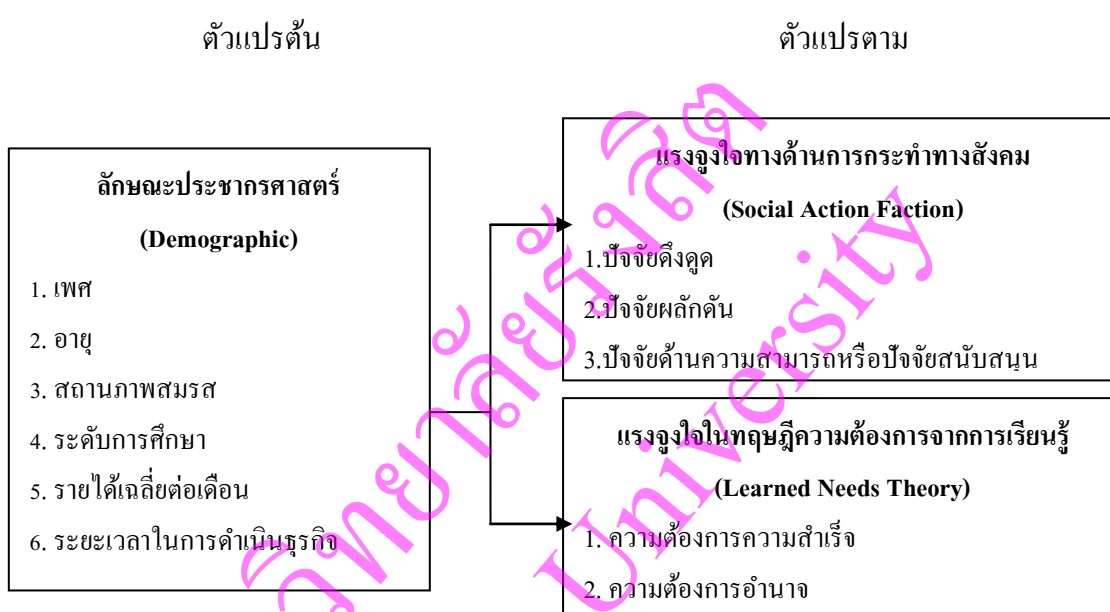
1.3.1.1 ตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการ

1.3.1.2 ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจทางการกระทำของสังคม (Social Action Faction) ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor) และแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และความต้องการอำนาจ (Need for Power)

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ บริเวณตลาดไท โดยการสุ่มตัวอย่างจากทุกๆอาคารและลานสินค้า จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยจำกัดขอบเขต เฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญๆจำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลเริ่มตั้งแต่ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 และเริ่มเก็บข้อมูลตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน – 7 กันยายน พ.ศ. 2556 โดยจะเก็บข้อมูลในทุกๆ วัน ช่วงเวลา 10.00 – 15.00 น.

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพแสดงให้เห็นว่า กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม (Social Action Factor) ของ ริดเดอร์ (Reeder, 1971: 121-126) และ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ของ เดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกมาเพียงแค่ 2 ใน 3 ทฤษฎีเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ และ ความต้องการอำนาจ เนื่องจากทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ตรงกับลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เหตุผลที่ไม่เลือกความต้องการความผูกพัน เนื่องจาก ความต้องการความผูกพันน่าจะเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นหลังการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแล้ว แต่งานวิจัยเล่มนี้ ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ นั่นเท่ากับว่า ศึกษาที่มาของแรงจูงใจก่อนตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จึงเลือกมาเพียง 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

1.5 สมมุติฐานในการวิจัย

1.5.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่แตกต่างกัน ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.5.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดระดับของปัจจัยด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อวางแผนในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้งยังสามารถคาดคะเนการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยศึกษาจากผลการวิจัยด้านการกระทำทางสังคม กับ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการเกิดผู้ประกอบการรายใหม่

1.6.2 ทำให้ทราบถึงระดับของแรงจูงใจ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยในการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนที่จะตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการได้

1.6.3 ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการจูงใจบุคคลแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จะต้องใช้วิธีการจูงใจที่แตกต่างกัน โดยสามารถนำแรงจูงใจไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ซึ่งเมื่อปรับใช้แรงจูงใจกับบุคคลได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะทำให้ผลลัพธ์หรือแรงจูงใจที่ได้ออกมานั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.6.4 ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการที่เกิดจากการเรียนรู้ของแต่ละคนแตกต่างกันตามประสบการณ์ ในการจูงใจบุคคลในทฤษฎีนี้ จึงต้องใช้วิธีการจูงใจที่แตกต่างกันสำหรับการจูงใจแต่ละบุคคล ซึ่งเมื่อสามารถปรับใช้แรงจูงใจได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะทำให้ผลลัพธ์หรือแรงจูงใจที่ได้ออกมานั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ ในที่นี้หมายถึง แรงจูงใจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีแรงจูงใจในการประกอบกิจการของตนเอง โดยเกิดจาก ปัจจัยในด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ และปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ

1.7.2 ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่ในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

1.7.3 ตลาดไท (Taladthai) คือ ตลาดกลางสินค้าการเกษตร แห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ที่ จังหวัดปทุมธานี เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการมากกว่า 2,000 ราย โดยแบ่งตลาดออกเป็นสัดส่วน ตามประเภทของสินค้าที่หลากหลาย สามารถรองรับปริมาณสินค้าหมุนเวียนได้วันละกว่า 15,000 ตัน

1.7.4 การกระทำทางสังคม (Social action) ในที่นี้หมายถึง ทฤษฎีของรีดเดอร์ ว่าด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการกระทำทางสังคมว่ามีเหตุผลใดที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor)

1.7.5 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกสนใจในการเป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยในงานวิจัยเล่มนี้ ประกอบไปด้วย ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความรู้รอบตัว และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง

1.7.6 ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่มีแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ หรือแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท โดยในงานวิจัยเล่มนี้ ประกอบไปด้วย การถูกให้ออกจากงาน / ว่างาน, การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง, ความรู้สึกที่ตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ, การถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัวหรือสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว และงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ

1.7.7 ปัจจัยสนับสนุน หรือ ปัจจัยด้านความสามารถ (Ability Factor) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ หรือสนับสนุนให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ, การมีเงินลงทุนเพียงพอในการ

ประกอบธุรกิจ, การมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี, การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง, การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และความต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง

1.7.8 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory) ในที่นี้หมายถึง ทฤษฎีของเดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วย ความต้องการที่ก่อตัวขึ้นจากการเรียนรู้ใน สังคมซึ่งถูกพัฒนาขึ้นในแต่ละช่วงชีวิตของคน ได้แก่ ความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ ความต้องการความผูกพัน ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกมาเพียงแค่ 2 ใน 3 ทฤษฎีเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ และ ความต้องการอำนาจ เนื่องจากทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ตรงกับลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิด แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เหตุผลที่ไม่เลือกความต้องการความผูกพัน เนื่องจาก ความ ต้องการความผูกพันน่าจะเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นหลังการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแล้ว แต่ งานวิจัยเล่มนี้ ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ นั่นเท่ากับว่าศึกษาที่มาของแรงจูงใจ ก่อนตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จึงเลือกมาเพียง 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

1.7.9 ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) ในที่นี้หมายถึงแรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท พยายามที่จะประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จ โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย การวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุม ระบบการทำงานด้วยตัวเอง, การมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความ มุ่งมั่นพยายามในการทำงาน, การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง, การมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ, การมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรค ต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

1.7.10 ความต้องการอำนาจ (Need for Power) ในที่นี้หมายถึง ความต้องการมีอำนาจ ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ซึ่งอำนาจดังกล่าวส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่เป็น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยในงานวิจัยเล่มนี้ประกอบไปด้วย ความต้องการเป็นผู้นำและ มีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับ กิจการของตนเอง

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าเป็นไปตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงกำหนดลำดับหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำทางสังคม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม
- 2.5 ประวัติตลาดไท
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ

2.1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

ชนิดา เพชรทองคำ (2542: 7) กล่าวว่า คำว่าแรงจูงใจ มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า *Movere* ตรงกับภาษาอังกฤษว่า *to move* มีความหมายว่าเป็นสิ่งโน้มน้าวหรือมักจะชักนำให้บุคคลเกิดการกระทำ หรือปฏิบัติการ แรงจูงใจใช้กันมากในวงการศึกษ เพราะจะทำให้การเรียนรู้ของผู้ใหญ่ได้ผลดี ซึ่งแรงจูงใจเป็นคำศัพท์ทั่วไปที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกับคำว่า แรงขับ ความอยากและความต้องการ

ดำรงศักดิ์ จงวิบูลย์ (2543: 10) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงกระตุ้นหรือเร้าให้อิทธิพลได้เพิ่มพูนความสามารถ ความพยายามหรือพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ให้เกิดการกระทำหรือทุ่มเทในงานที่ทำ เพื่อให้บรรลุความปรารถนาในการแก้ปัญหา หรือเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายอันจะนำมาซึ่งความพอใจ

เจียรไน จิระโร (2544: 29-30) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจในการกระทำของมนุษย์ทุกคนนั้นประกอบด้วย คุณลักษณะที่สามารถจะพิจารณาได้จากกรอบแนวคิดที่มีพฤติกรรมที่สามารถวัดได้จากองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. การมีความทะเยอทะยาน (Aspiration Level) หมายถึง ความมุ่งมั่นในความเป็นเลิศของงานที่ทำ ต้องการให้งานที่ทำมีประสิทธิภาพ การทำงานไม่ทำเพื่อมุ่งแก้ปัญหาอย่างเดียวแต่เน้นทำเพื่อการพัฒนา

2. มีความหวังว่าตนเองจะประสบความสำเร็จ (Risk-taking Behavior) หมายถึงการทำงานทุกครั้งจะคำนึงถึงความสำเร็จและมีการสรุปผลงานอยู่เสมอ

3. มีความพยายามไปสู่สถานะที่สูงขึ้น (Upward Mobility) หมายถึง การมีความมุ่งมั่นในความก้าวหน้า ความพยายามทั้งด้านการเรียนและการทำงาน

4. มีความอดทนในการทำงานหนักได้เป็นเวลานานๆ (Persistence) หมายถึง มีความตั้งใจในการทำงานหนักอย่างไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อย มีความอดทนต่อการทำงานหนักและเห็นว่าการมีความอดทนเป็นสิ่งสำคัญ

5. กล้าเผชิญอุปสรรค (Task Tension) หมายถึง การมีความพยายามทำงานให้สำเร็จ แม้จะถูกรบกวน ถ้าทำงานไม่บรรลุเป้าหมายก็จะทำต่อไปจนเสร็จ ไม่ย่อท้อ

6. เห็นคุณค่าของเวลา (Time Perception) หมายถึง มีความรู้สึกรู้ว่าเวลามีค่าควรทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จโดยรวดเร็ว การทำงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จตามกำหนดทุกครั้ง

7. มีความคิดคำนึงถึงอนาคต (Time Perspective) หมายถึงการวางแผน การกำหนดเป้าหมายในอนาคต เช่น การวางแผนการศึกษา การวางแผนการทำงาน การวางแผนครอบครัว

8. ชอบเลือกเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถ (Partner Choice) หมายถึง ในการเลือกเพื่อนร่วมงานจะคำนึงถึงความสามารถเป็นหลัก มีความชื่นชมยินดีกับเพื่อนร่วมงานที่ขยัน

9. พยายามผลิตผลงานอย่างมีคุณภาพเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ (Recognition Behavior) หมายถึง การพยายามทำงานของตนเองให้ดีอยู่เสมอ

10. มีความอยากรู้ในความเด่น หรือความด้อยในผลงานของตนเอง (Achievement Behavior) หมายถึง การผลิตผลงานให้มีคุณภาพยินยอมให้ผู้อื่นประเมินผลงานของตนเอง ว่าเด่นหรือด้อยและยอมรับการปรับปรุงแก้ไข

สมาน รั้งสิโยภุชณ์ และสุธี สุทธิสมบุรณ์ (2544: 56) กล่าวว่า การจงใจ หมายถึง การจงใจหรือกระตุ้นให้บุคคลแต่ละคนและบุคคลในหมู่คณะได้มีโอกาสทำงานให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานอย่างเต็มความสามารถ การจงใจหรือการกระตุ้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจ โดยทำให้คนมีขวัญกำลังใจที่จะอุทิศกาย อุทิศใจ ทำงานให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานอย่างเต็มที่

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ (2545: 83) ให้ความหมายของการจงใจว่า การจงใจเป็นปรากฏการณ์ที่สลับซับซ้อน เป็นเรื่องของความรู้สึกที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำโดยมุ่งไปสู่เป้าหมาย

อุษณีย์ จงสุกใส (2545: 13) กล่าวว่า แรงจงใจ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เป็นแรงพลัง ผลักดัน หรือเร้าความรู้สึกที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหรือตอบสนองความต้องการที่บุคคลนั้นได้คาดหมายไว้

นพพล ศรีวระมย์ (2546: 184) กล่าวว่า การจงใจ เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความคิดริเริ่ม การควบคุม การรักษาพฤติกรรม และการกระทำ มนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกาย (น้ำ อากาศ อาหาร การพักผ่อน และที่อยู่อาศัย) และมีความต้องการด้านอื่นๆ เช่น การยกย่องสถานะ ความรัก ความผูกพันกับบุคคลอื่นความรู้สึกที่ดี การให้ การประสบความสำเร็จและการรักษาผลประโยชน์ส่วนตัว

บุรณี ทรัพย์ถนอม (2547: 12) ให้ความหมายว่า แรงจงใจ คือ พลังที่ริเริ่ม กำกับ และกำจูนพฤติกรรมและการกระทำส่วนบุคคล และเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ให้ความมุ่งหมายหรือทิศทางแก่พฤติกรรม นอกจากนี้ได้กล่าวถึงคุณลักษณะพื้นฐานของแรงจงใจ 3 ประการ คือ ความพยายาม ความไม่หยุดยั้งและทิศทาง

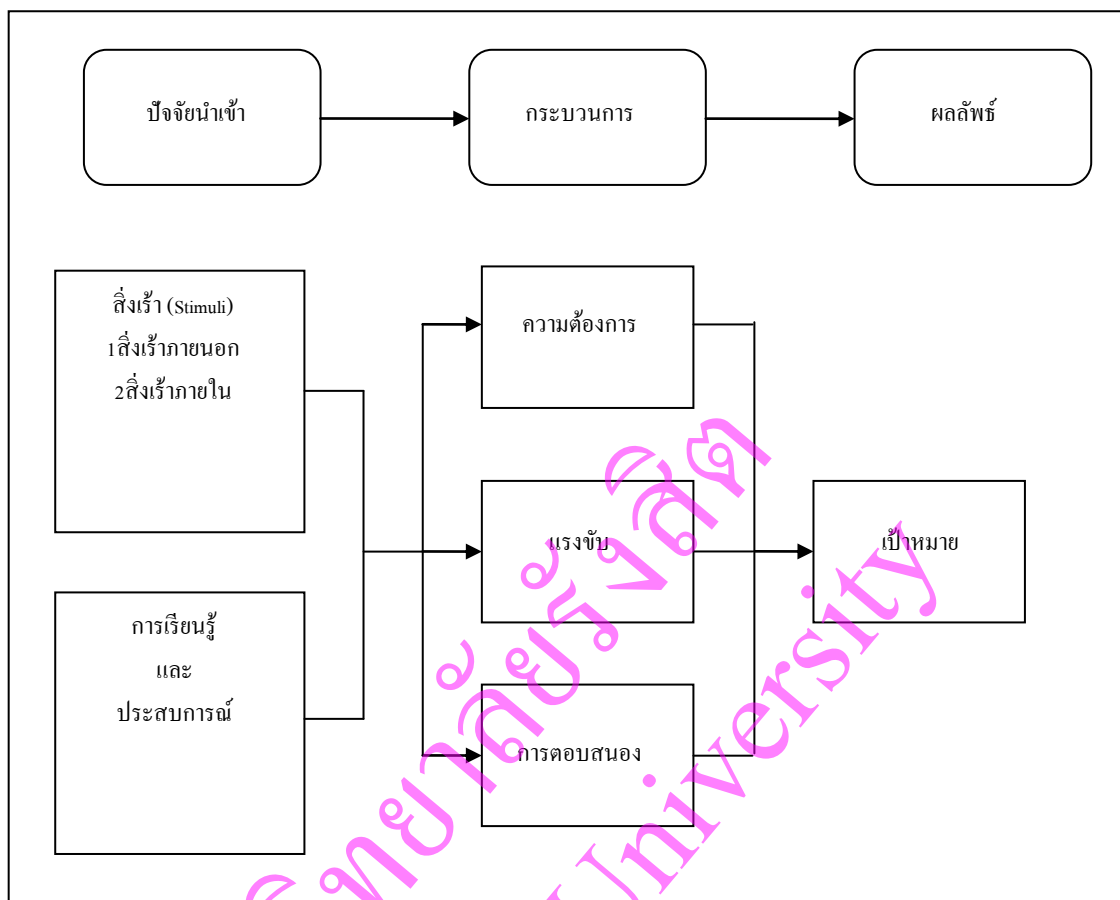
สิรินาด ปัดถามัง (2554: 12) กล่าวว่า แรงจงใจ เป็นสิ่งผลักดันหรือขับเคลื่อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยบุคคลที่มีแรงจงใจมากก็จะผลักดันให้ตนเองสู่เป้าหมาย หรือ จุดมุ่งหมายได้เร็ว ส่วนบุคคลที่มีแรงจงใจน้อยนั้นก็จะผลักดันตัวเองไปสู่เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายได้เช่นกันเพียงแต่จะใช้เวลานานกว่า

สรุปได้ว่าแรงจูงใจ เป็นสิ่งเร้าต่อมนุษย์ที่ก่อให้เกิดแรงขับและผลักดันให้เกิดเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ หรือจูงใจให้เกิดความรู้สึกว่าต้องการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ด้วยความมุ่งมั่นและเต็มใจเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้และเมื่อสามารถตอบสนองสิ่งเหล่านั้นได้ ก็จะเป็นประสบการณ์ที่ดี เป็นกำลังใจที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการครั้งต่อไปได้

2.1.2 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

สมยศ นาวิการ (2540: 289) กล่าวว่า กระบวนการจูงใจจะเริ่มต้นด้วยความต้องการ เช่น ความต้องการที่ทำหายมากขึ้น รายได้และสวัสดิการที่สูงขึ้น ความต้องการเหล่านี้จะนำไปสู่กระบวนการคิดที่นำทางการตัดสินใจของบุคคล เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและดำเนินการกระทำ ดังนั้นบางอย่าง ถ้าการกระทำที่ถูกเลือกของบุคคลทำให้เกิดรางวัลที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นน่าจะถูกรังจูงใจด้วยรางวัลที่คาดหวังไว้ เขาไม่น่าจะมีพฤติกรรมอย่างเดียวกันซ้ำอีก ดังนั้นรางวัลจะเป็นกลไกการป้อนกลับอย่างหนึ่ง ที่จะช่วยให้บุคคลประเมินผล ติดตามมาภายหลังของพฤติกรรม เมื่อเขากำลังพิจารณาการกระทำในอนาคตได้

กัลปัยกร อุไรพงศ์ ณ อยุธยา (2545: 23-24) ได้กล่าวว่า กระบวนการเกิดแรงจูงใจ ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ความต้องการ (Need), แรงขับ (Drive), การตอบสนอง (Response) และเป้าหมาย (Goal)



รูปที่ 2.1 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

ที่มา : กัลป์กร อุไรพงษ์ ณ อุซุชยา (2545: 23-24)

จากระบบของการจูงใจจะพบว่า พฤติกรรมอันเนื่องมาจากการจูงใจจะมีขั้นตอนและสามารถอธิบาย ตามองค์ประกอบต่างๆได้ ดังนี้ คือ

1. ป้อนข้อมูลเข้า (Input) หมายถึง ตัวเร้าหรือตัวกระตุ้นให้เกิดกระบวนการจูงใจ โดยป้อนข้อมูลเข้า ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งเร้า ซึ่งสิ่งเร้าจะประกอบไปด้วย สิ่งเร้าภายนอก และสิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

1.2 การเรียนรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันระหว่างบุคคล จะเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

2. กระบวนการ (Process) ในส่วนของกระบวนการนั้นประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน ดังนี้ คือ

2.1 ความต้องการ เมื่อบุคคลถูกสิ่งเร้ากระตุ้นก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

2.2 แรงขับ เมื่อบุคคลเกิดความต้องการแล้วนั้นก็จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดความตึงเครียด ซึ่งความตึงเครียดนี้จะก่อให้เกิดเป็นแรงผลักดันให้เกิดแรงขับขึ้น

2.3 การตอบสนอง เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากแรงผลักดัน ที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองไปตามการเรียนรู้และประสบการณ์ การตอบสนองจะดำเนินต่อไป จนกว่าจะถึงเป้าหมาย

3. ผลลัพธ์ (Output)

เป้าหมายที่กำหนดไว้เพื่อให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองไปจนถึงเป้าหมายนี้จะพบว่า เป้าหมายที่กำหนดไว้บางครั้งจะสอดคล้องกับความต้องการ ของบุคคล หรือบางครั้งอาจจะไม่สอดคล้องก็ได้ เพราะบางคนที่แสดงการตอบสนองแล้วไม่ถึงเป้าหมาย หรือถึงเป้าหมายแล้วยังไม่ใช่สิ่งที่ตนต้องการจริงๆ ความต้องการของบุคคลก็ยังคงมีอยู่ทำให้เกิดความตึงเครียดจนแรงผลักดันทำให้เกิดแรงขับ จนต้องมีการตอบสนองอยู่อีกจนกว่าบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าบุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนองถึงเป้าหมายแล้ว ความต้องการของคนนั้นจะลดลง เป็นอันจบกระบวนการงูใจ บุคคลก็จะไม่เกิดพฤติกรรมอีก

สามารถสรุปกระบวนการเกิดแรงงูใจได้ว่า แรงงูใจเกิดจากการที่คนมีความต้องการ เมื่อบุคคลเกิดความต้องการแล้วก็จะเกิดแรงขับขึ้น ซึ่งแรงขับนี้จะผลักดันให้คนแสดงพฤติกรรมที่มีทิศทางไปสู่เป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น

2.1.3 ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงงูใจในตัวบุคคล

สุชา จันทรเอม (2542: 71-72) ได้กล่าวถึง ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงงูใจในตัวบุคคลมีดังนี้

1. กระบวนการเรียนรู้ที่บุคคลได้รับ โดยการอบรมสั่งสอนในรูปแบบของสังคม (Socialization) จาก โรงเรียน บ้าน วัด สถาบัน หรือแหล่งชุมชนอื่นใด เกี่ยวข้องกับ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อต่างๆก็ตาม ความรู้สึกที่ได้รับนั้นจะก่อให้เกิดรูปแบบของเจตคติใหม่ขึ้นได้ทั้งนั้น

2. การเลียนแบบหรือการทำอย่างบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อเราโดยตรง เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ที่เรานิยมชมชอบ ก็เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงเจตคติของเราให้คล้อยตามได้ การที่นักเรียนประสบความสำเร็จในการเรียนหรือไม่ ขึ้นอยู่กับแบบที่นักเรียนชอบว่าจะเป็นแบบในลักษณะใด

3. อิทธิพลของกลุ่มที่เข้าร่วมอยู่ ความคิดเห็นของสมาชิกข้างมาก สามารถจูงใจให้เราเปลี่ยนเจตคติตามไปด้วยได้

4. การสรุปหรือการตีความจากลักษณะบุคคลที่ปรากฏให้เห็น (Stereotype) เป็นสาเหตุหรือปัจจัยหนึ่งที่เราชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งการสรุปลักษณะบุคคลนี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติได้ทันที ซึ่งอาจขัดจากความเป็นจริงได้อย่างมาก

5. ความบกพร่องในเรื่องบุคลิกภาพและการปรับตัว เป็นสาเหตุหรือปัจจัยทำให้อีกสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้บุคคลอื่นได้ถือว่าเป็นปมด้อยของตนเอง ในที่สุดจะมีเจตคติที่ไม่ดีต่อสิ่งที่เกี่ยวข้องได้ ได้มีการกล่าวถึงอิทธิพลที่มีต่อเจตคติ ดังนี้

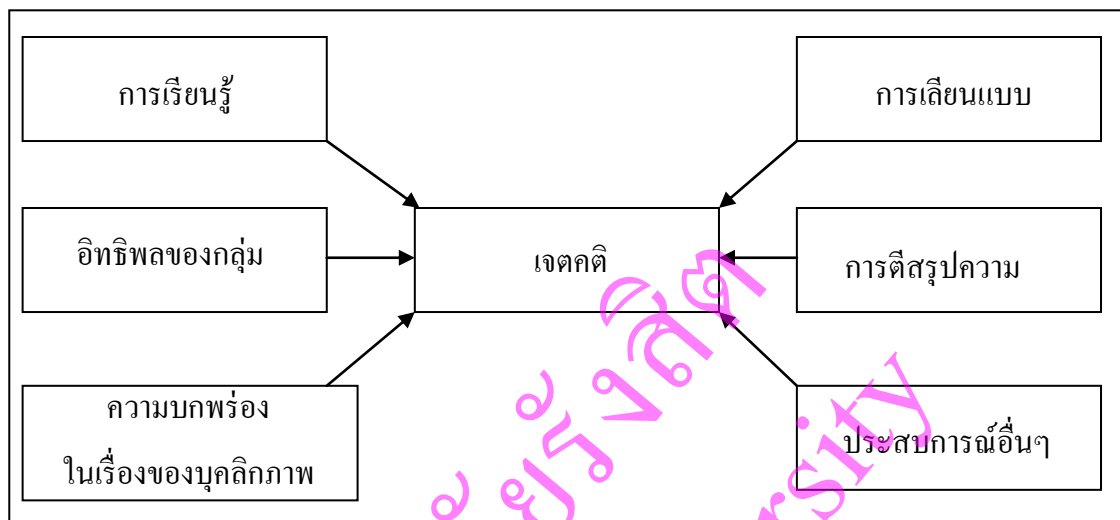
5.1 บิดา มารดา เป็นผู้ที่เด็กได้คลุกคลีมากกว่าคนอื่น เด็กจึงมีความเอนเอียงไปทางบิดาหรือมารดาไม่มากนักน้อย

5.2 วัฒนธรรม ภายในสังคมที่มีอาชีพต่างกัน อยู่ในชนชั้นสังคมต่างกัน หรือนับถือศาสนาต่างกัน

5.3 การศึกษา การเรียนในโรงเรียนย่อมมีส่วนร่วมในการสร้างเจตคติของเด็ก เพราะโรงเรียนเป็นสถาบันที่จัดให้มีการอบรมเด็กอย่างมีระเบียบแบบแผน งานของโรงเรียนจึงมีอิทธิพลต่อเด็กมากกว่าสถาบันอื่นในสังคม

5.4 สื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อนครอบครัว ย่อมมีอิทธิพลปลูกฝังการเปลี่ยนแปลง เจตคติของเด็กได้เช่นเดียวกัน

จากปัจจัยและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อเจตคติของบุคคล สามารถนำมาแสดงเป็นแผนภูมิได้ ดังภาพประกอบ



รูปที่ 2.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ส่งผลให้เกิดเจตคติของบุคคล
ที่มา: สุชา จันท์ธรม (2542: 71-72)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยและอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในตัวบุคคลนั้น เกิดมาได้จากหลายสาเหตุ เช่น กระบวนการเรียนรู้ อิทธิพลของคนรอบข้าง การเลียนแบบบุคคลอื่น รวมถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจทั้งสิ้น ซึ่งแต่ละคนจะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน เพราะบุคคลแต่ละคนมีปัจจัยและมีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจที่แตกต่างกัน

2.1.4 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

วรรณิ ลิ้มอักษร (2541: 114-115) ให้แนวคิดว่า แรงจูงใจประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการด้วยกัน คือ

1. ผู้รับการจูงใจ เช่น ในชั้นเรียน ผู้รับแรงจูงใจ คือ นักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ครูผู้สอนจะใช้กระบวนการจูงใจเข้าไปดำเนินการให้เขาปฏิบัติในสิ่งที่ผู้สอนต้องการ

2. วิธีการจูงใจ เป็นกระบวนการที่เป็นศาสตร์และศิลป์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ถูกจูงใจ ให้มีความคิดคล้อยตามและลงมือปฏิบัติตามบรรลุปเป้าหมายของการจูงใจ

3. เป้าหมายของการจูงใจ คือ พฤติกรรมที่ผู้จูงใจมุ่งหวังจะให้เกิดขึ้นในตัวผู้ที่ถูกจูงใจในขั้นตอนสุดท้าย ภายหลังจากที่ได้รับการจูงใจแล้ว

4. องค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล หรือองค์ประกอบจากสภาพการณ์ทางสังคม ประกอบด้วย

4.1 ลักษณะของสิ่งแวดล้อมภายนอกทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มคน สิ่งแวดล้อมที่เป็นสภาพการณ์

4.2 ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อบุคคล

4.3 การเสริมแรงด้วยรางวัล คำชม หรือสิ่งล่อใจ

5. องค์ประกอบภายในตัวบุคคล ประกอบไปด้วยลักษณะต่างๆที่มีอยู่ในตัวบุคคล ได้แก่

5.1 ความสนใจและความอยากรู้อยากเห็น

5.2 เป้าหมายที่บุคคลเป็นผู้กำหนด

5.3 ระดับความวิตกกังวล

5.4 ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในงานที่ทำ

5.5 ประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

จันทร ชุ่มเมืองปีก (2546 : 35) จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมา แรงจูงใจยังมีองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดเป็นแรงจูงใจ แบ่งองค์ประกอบเป็น 2 ประการ คือ

1. ธรรมชาติของแต่ละบุคคล เพราะคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน (individual differences) มีความแตกต่างกันในสิ่งที่เป็นธรรมชาติ เช่น กรรมพันธุ์ นิสัย อารมณ์ ความต้องการ ศิวพรรณ สีของนัยน์ตา เป็นต้น แต่ธรรมชาติที่ป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแรงจูงใจคือ

1.1 แรงขับ (Drive) เป็นความตึงเครียดทางร่างกายที่ทำให้เกิดกิจกรรมที่จะบรรเทาหรือลดความตึงเครียดนั้นๆ เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกทางเพศ ความต้องการที่เป็นความประสงค์อย่างรุนแรงแรงจนกลายเป็นราคะ (desire) เป็นต้น แรงขับเหล่านี้จะต้องก่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้แรงขับหายไป ซึ่งแรงขับเหล่านี้มี 2 ประเภทด้วยกัน

1.1.1 แรงขับภายในร่างกาย (Primary Drive) หรือว่าแรงขับปฐมภูมิ ได้แก่ แรงขับที่เกิดอยู่ภายในร่างกาย การเกิดแรงขับขึ้นในร่างกาย แปลว่าร่างกายขาดสถานะสมดุลจนทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น หิว กระหาย ความรู้สึกทางเพศ หรืออึดอัดหงุดหงิดในร่างกายนี้แต่ละคนจะมีไม่เท่ากัน

1.1.2 แรงขับภายนอกในร่างกาย (Secondary Drive) หรือ แรงขับทุติยภูมิ คือ แรงขับที่มาจากภายนอกในร่างกาย ได้แก่ พวกแรงขับที่เกิดจากความต้องการด้านอารมณ์และสังคม ตัวอย่างเช่น อยากเป็นสมาชิกวุฒิสภา อยากเป็นกรรมการตุลาการ อยากเป็นกรรมการเลือกตั้ง ความต้องการเหล่านี้ ล้วนมาจากภายนอกทั้งสิ้น และแต่ละบุคคลจะมีความสนใจ ความต้องการ และแรงกระตุ้นที่มากน้อยต่างกัน และแรงขับประเภทนี้ก็มีได้ทั้งทางบวกและทางลบเช่นกัน

1.2 ความวิตกกังวล (Anxiety) ความวิตกกังวลเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นเจตคติด้านอารมณ์และความรู้สึกของบุคคลที่วาดภาพไปถึงอนาคตที่ยังมาไม่ถึง ซึ่งเมื่อเกิดความวิตกกังวลก็จะเกิดความกลัวต่างๆ

2. สถานการณ์ต่างๆในแต่ละสิ่งแวดล้อม เป็นองค์ประกอบที่ 2 ของแรงจูงใจ เนื่องจาก ในแต่ละสิ่งแวดล้อม เช่น บ้านที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ มีคนขวักไขว่รถแล่นเสียงดัง นักศึกษาที่อยู่ในสภาพแวดล้อมนี้ก็คงจะไม่เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะอ่านหรือท่องหนังสือได้นานๆ เป็นต้น

สรุปว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจนั้นมาจากภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลนั้นให้มีแรงกระตุ้นในการทำงานหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.1.5 ประเภทของแรงจูงใจ

สุรพงศ์ โคว์ตระกูล (2544: 169) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจในแนวทางเดียวกันเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก จูงใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ได้รับสิ่งตอบแทนหรือรางวัล หรือหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้เช่น แรงเสริมชนิดต่างๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ เงิน ตัวแปรต่างๆที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น

2. แรงจูงใจภายใน (Intensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล เป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมจากภายนอก เพราะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสนใจของผู้แสดงพฤติกรรม มองเห็นคุณค่าในตัวเอง มีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกมีความสุขหรือพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความรู้สึกมีความสุขนั้นที่เป็นรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่เขาได้รับ เช่น การเล่นเกม การร้องเพลงในห้องน้ำ การเก็บรักษาไดอารี่ส่วนตัว เป็นต้น

รุ่งอรุณ ศรีปาน (2551: 7-10) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มัลลั้งและมีทิศทาง นั่นคือแรงจูงใจจะทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนมีการกระทำ เพื่อไปสู่จุดหมายปลายทาง ซึ่งตัวกระตุ้นอาจจะเป็แรงที่มาจากสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งเรียกว่า แรงจูงใจภายนอก การทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจ ไม่ว่าจะเป็แรงจูงใจภายในหรือภายนอก ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของตนว่า ทำไมแต่ละคนจึงประพฤติปฏิบัติดังเช่นที่เป็นอยู่ แรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม การที่คนแสดงพฤติกรรม เนื่องจากมีความต้องการ การที่เรามีความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งแสดงว่าในช่วงนั้น เราไม่มีสิ่งนั้นๆ หรือมีไม่เพียงพอ ซึ่งสภาพนี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม เนื่องจากคนเรามีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด คนเราจึงยังคงมีการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา การแสดงพฤติกรรมของเราในแต่ละวันหรือแม้แต่การแสดงพฤติกรรมของคนๆเดียวกันในแต่ละวัน อาจจะเนื่องมาจากแรงจูงใจทั้งสองชนิด การแสดงพฤติกรรมของตนเอง บางครั้งถ้าทำสิ่งใดเพื่อหวังให้คนอื่นเห็น หวังคำชม หรือการยอมรับ การกระทำนั้นเป็นไปเนื่องจากแรงจูงใจภายนอก แต่เมื่อใด มีความสุข ความพอใจก็จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แม้เมื่อไม่มีใครเห็น ไม่มีใครชม ก็ยังมีความพอใจที่จะทำ การกระทำเป็นไปเนื่องมาจากแรงจูงใจภายใน

1. แรงจูงใจภายนอก

1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายนอก

จากความหมายของแรงจูงใจที่ระบุว่าเป็เรื่องของแรงขับ จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจภายนอก เป็นแรงที่เกิดจากการนำกิจกรรมมากระตุ้นให้บุคคลอื่นทำในสิ่งที่ตนเอง

ต้องการ ซึ่งนักจิตวิทยาที่ให้ความสนใจกับแรงจูงใจต่างๆ นักจิตวิทยากลุ่มนี้คือ กลุ่มพฤติกรรมนิยมซึ่งเป็นกลุ่มที่มองธรรมชาติของมนุษย์ว่า แสดงพฤติกรรมหรือการเรียนรู้ของคน เป็นผลผลิตของสิ่งแวดล้อม การใช้เสริมแรงหรือสิ่งจูงใจต่างๆ หมายถึง การให้สิ่งเร้าที่ทำให้ผู้กระทำเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสิ่งเร้านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในกลุ่มนี้เน้นอย่างมากเกี่ยวกับเรื่องการเสริมแรง ได้กล่าวว่าการกระทำใดๆ ถ้าได้รับการเสริมแรง ย่อมมีแนวโน้มให้เกิดการกระทำนั้นอีก ส่วนการกระทำใดที่ไม่มีการเสริมแรงย่อมมีแนวโน้มให้ความถี่ของการกระทำนั้นๆค่อยๆหายไปในที่สุด

1.2 ชนิดของการเสริมแรงจูงใจภายนอก

1.2.1 การเสริมแรงทางบวก คือ สิ่งที่ทำให้พอใจ เช่น รางวัล คำชมเชย การยิ้ม การพยักหน้า และความสนใจ ซึ่งเป็นตัวเสริมแรงที่มีอิทธิพลมาก ทั้งยังตรงกับความต้องการอย่างหนึ่งของคน คือ ต้องการเป็นที่ยอมรับเป็นที่รัก ต้องการได้รับความชื่นชม

1.2.2 การเสริมแรงทางลบ หมายถึง การนำสิ่งที่ไม่สบายใจต่างๆออกไป ได้แก่ การดุ การตำหนิ การที่สังคมไม่ยอมรับ คำวิจารณ์ ตลอดจนกระทั่งเสียงที่อีกทีกจนเกินไป ฉะนั้น เมื่อขจัดสิ่งที่ไม่ให้อึดอัดไม่สบายใจต่างๆ ออกไป จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้

1.2.3 ลักษณะการกระทำอันเนื่องมาจากภายนอก เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจภายนอกจะเป็นผู้ที่ทำอะไร โดยที่ความต้องการคำชมหรือต้องการการยอมรับหรือความเห็นชอบจากผู้อื่น นำไปสู่ความรู้สึกที่ไม่เป็นตัวของตัวเอง ทำอะไรต้องคอยระวังต่อการยอมรับของผู้อื่น ถ้าไม่มีคนรู้เห็นจะเกิดความท้อถอย เบื่อหน่าย หหมดกำลังใจที่จะทำดีต่อไป เช่น คนทำดีเพื่อหวังจะได้สองชั้น ถ้าไม่ได้ดังหวังก็จะรู้สึกผิดหวัง เสียใจ โกรธเคือง ท้อถอยและอาจเลิกทำดีอีกต่อไป อย่างไรก็ตามการให้แรงจูงใจจึงควรสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานชนิดนี้เป็นรางวัลที่เกิดจากภายใน และหยุดความพึงพอใจที่เป็นรางวัลจากภายนอก ฉะนั้น การให้การเสริมแรงทางบวก หรือการเสริมแรงทางลบ จะให้ผลเช่นเดียวกัน คือ ทำให้เกิดการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า การที่ขจัดตัวเสริมแรงทางบวกและให้ตัวเสริมแรงทางลบ ถือว่าเป็นการลงโทษและตัวเสริมแรงต่างๆจากสิ่งของที่เป็นวัตถุมีตัวตนจนกระทั่งถึงสิ่งที่เป็นนามธรรมต่างๆ เช่น คำพูดที่แสดงความรู้สึก แต่ละคนมีความต้องการเสริมแรงที่แตกต่างกัน บางคนต้องการสิ่งของรางวัลที่เป็นสิ่งของ แต่บางคนเพียงคำว่า ถูก หรือ ทำต่อไปได้

2. แรงจูงใจภายใน

นักจิตวิทยาที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน คือกลุ่มที่มองธรรมชาติของมนุษย์ออกมาในลักษณะที่ว่า การเรียนรู้เกิดจากความต้องการภายในของผู้เรียน เป็นแรงผลักดันจากภายใน ซึ่งหมายถึง กลุ่มมนุษยนิยมและกลุ่มที่มีความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติว่ามนุษย์มีแรงขับจากภายในที่จะทำสิ่งต่างๆได้ด้วยตนเอง โดยที่พิจารณาถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึง กลุ่มปัญญานิยมทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจกับแรงจูงใจภายใน โดยที่แต่ละกลุ่มมีความคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจ ดังนี้

2.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน

2.1.1 แนวความคิดของกลุ่มปัญญานิยม เน้นว่าการแสดงพฤติกรรมของคน ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้สิ่งต่างๆของบุคคล โดยกลุ่มปัญญานิยมได้เสนอความคิดเกี่ยวกับเรื่องแฉวงของชีวิต เพื่อที่จะอธิบายว่า ทำไมแต่ละคนจึงแสดงพฤติกรรมดังเช่น ที่เป็นอยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง คนจะได้รับแรงจากหลายทิศทาง ที่จะกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ซึ่งการที่คนแสดงพฤติกรรมนั้น เนื่องมาจากความไม่สมดุลที่เกิดขึ้น คนเราจึงพยายามแสวงหาความรู้ หรือแสดงพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดสภาพที่สมดุล

2.1.2 แนวความคิดของกลุ่มมนุษยนิยมเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน คล้ายคลึงกับแนวคิดของกลุ่มปัญญานิยมกลุ่มนี้ อธิบายว่า แรงที่มากกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมนั้นคือ ความต้องการความเพียงพอในชีวิต จะมองเห็นได้ว่า การแสดงพฤติกรรมนั้นมีใช่เป็นเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายเท่านั้น เพราะเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว คนก็ยังแสดงพฤติกรรมอยู่ สิ่งที่มากระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมนั้น คือความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้คนอยากมีการสำรวจ หรือพูดง่ายๆ บางครั้งคนเราอาจจะทำอะไรซึ่งดูแล้วตกลง หรือไม่สมเหตุสมผล เพียงเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นเท่านั้น

สรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการและการตอบสนองต่อพฤติกรรมเชิงบวก โดยมีแรงจูงใจทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนมีการกระทำเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทาง ดังนั้น กระบวนการปฏิบัติงานใดๆก็ตามหากทำความเข้าใจกับเรื่องแรงจูงใจ ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจภายในหรือภายนอก แรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรม ซึ่งสามารถควบคุมได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้สำเร็จหรือสัมฤทธิ์ผล

2.1.6 รูปแบบของแรงจูงใจ

บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบแรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัลแต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- มุ่งหาความสำเร็จ และกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)
- มีความทะเยอทะยานสูง
- ตั้งเป้าหมายสูง
- มีความรับผิดชอบในการงานดี
- มีความอดทนในการทำงาน
- รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
- เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
- เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจากการแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
- ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
- ตั้งเป้าหมายต่ำ
- หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมากมักจะพัฒนาจากความรู้สึกว่าตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมค้อย" เมื่อมีปมด้วยจึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาใน

ลักษณะการก้าวร้าว

- มักจะต่อต้านสังคม
- แสวงหาชื่อเสียง
- ชอบเสียง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรค

ต่าง ๆ

- ชอบเป็นผู้นำ

4. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบบุคคลหรือจากสื่อต่างๆ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

- ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
- ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

5. แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- ไม่มั่นใจในตนเอง
- ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
- ไม่กล้าเสียง
- ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

2.1.7 ความสำคัญของแรงจูงใจ

สุรพล พะยอมแย้ม (2541: 22) ได้กล่าวถึงความสำคัญของแรงจูงใจไว้ว่า เมื่อบุคคลเข้าไปปฏิบัติงานกับองค์กรหรือหน่วยงานใดก็ตาม ในขั้นแรกบุคคลจะมีความรู้สึกผูกพันกับงานที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งรับทราบอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งความผูกพันนี้อาจเป็นไปได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรจะกระตุ้นบุคคลด้วยการจ่ายค่าตอบแทนในสัดส่วนที่เหมาะสมกับการทำประโยชน์ของบุคคล ลักษณะเช่นนี้ทำให้เกิดดุลยภาพในองค์กร หากดุลยภาพในองค์กรเสียไป องค์กรการจำเป็นที่จะต้องสรรหาสิ่งกระตุ้นในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพราะในความรู้สึกของบุคคลที่ทำประโยชน์ให้องค์กรในระดับต่ำนั้นก็เนื่องมาจากเห็นว่าองค์กรให้สิ่งกระตุ้นน้อยเกินไป เมื่อเป็นลักษณะเช่นนี้การสรรหาสิ่งกระตุ้นทั้งหมด ก็คือการจูงใจให้บุคคลปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ นั่นเอง

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การจูงใจบุคลากรเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารการจัดการองค์กร ซึ่งสามารถสรุปความสำคัญของการจูงใจใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อการจูงใจขององค์กร โดยมีผลโดยตรงต่อผลงานหรือกำไรขององค์กร เช่น เป็นหลักประกันว่า พนักงานในองค์กรจะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มผลกำไรขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขั้นได้ดีขึ้น ช่วยเกื้อหนุนพนักงานให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ขององค์กรและช่วยเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร เป็นต้น

2. ความสำคัญของแรงจูงใจต่อผู้บริหาร ผู้บริหารจะได้รับประโยชน์จากการจูงใจจากพนักงานโดยตรงในด้านต่างๆ คือ ช่วยให้ผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่ดี ช่วยให้การกระจายอำนาจของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและพนักงานในองค์กรและช่วยให้การควบคุมดำเนินไปด้วยความราบรื่น อยู่ในกรอบขององค์กร

กันตนา เพิ่มผล (2544: 74) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจมีความสำคัญโดยตรงต่อพฤติกรรมของบุคคล เพราะแรงจูงใจจะเป็นสภาวะที่ผลักดันและดึงให้บุคคลแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันออกไปซึ่งการที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล จึงต้องทำความเข้าใจกับแรงจูงใจของคนคนนั้นว่าบุคคลนั้นมีแรงจูงใจอยู่ในประเภทใดและระดับใด

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 111) ได้กล่าวว่า ในการปฏิบัติงานเพื่อสนองต่อความต้องการหลายอย่างของคน โดยทั่วไปแล้วบุคคลมิได้ทำงานเต็มที่หรือตามความสามารถ บุคคลต้องการแรงจูงใจที่จะทำงานตามที่เขาต้องการ โดยเฉพาะแรงจูงใจที่เหมาะสมจะทำให้เขาเอาใจใส่งานมากขึ้น หากหน่วยงานต้องการให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน จะต้องเข้าใจถึงความต้องการของพนักงานและสามารถหาสิ่งจูงใจให้เขาได้ทำงาน ขณะเดียวกันหากความต้องการของเขามีจุดหมายเดียวกันกับเป้าหมายขององค์กร ก็จะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้

เนตรชนก นามเสนาะ (2549: 9) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเรียนและการทำงานของบุคคลอย่างมาก หากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้รับแรงจูงใจอยู่ในระดับสูงย่อมทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงานอย่างเต็มที่

สิรินาถ บัณฑิตามัง (2554: 14) ความสำคัญของแรงจูงใจในการทำงาน มีความสำคัญต่อตัวผู้ทำงานเองโดยตรงและเป็นปัจจัยหลักสำคัญประการหนึ่งในขั้นตอนของการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในการทำงานให้บรรลุตรงตามเป้าหมาย แรงจูงใจในการทำงานจึงเป็นพลังกระตุ้นพฤติกรรมให้แต่ละบุคคลใช้ความสามารถในการดำเนินงานไปในทิศทางที่จะนำไปสู่เป้าหมาย การสร้างแรงจูงใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องส่งเสริมให้แก่สมาชิกในหน่วยงาน เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการ

สรุปได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่ของการเป็นแรงผลักดันพฤติกรรมให้มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการบรรลุ แรงจูงใจมีส่วนสำคัญในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงและช่วยให้ประสบความสำเร็จในสิ่งที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ได้

2.1.8 ประโยชน์ของแรงจูงใจ

กันตนา เพิ่มผล (2544: 90-91) กล่าวว่า ประโยชน์ของการจูงใจในการบริหารสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. เสริมสร้างกำลังใจ ในการปฏิบัติงานให้แก่บุคคลในองค์กร และแก่หมู่คณะ เป็นการสร้างพลังงานร่วมกันของกลุ่ม

2. ส่งเสริมและเสริมสร้างสามัคคีธรรมในหมู่คณะเป็นการสร้างพลังงานด้วยความสามัคคี
3. สร้างขวัญและกำลังใจและทำที่ที่ดีในการปฏิบัติงานแก่คนงานและพนักงานเจ้าหน้าที่องค์กร
4. ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร
5. ช่วยทำให้การควบคุมงาน ดำเนินไปด้วยความราบรื่นอยู่ในกรอบแห่งระเบียบวินัยและมีศีลธรรมอันดีงาม ตลอดจนอุบัติเหตุและอันตรายในการปฏิบัติงาน
6. เกื้อหนุนและจูงใจให้สมาชิกขององค์กร เกิดความคิดสร้างสรรค์ในกิจการต่างๆในองค์กร เป็นการสร้างความก้าวหน้าให้แก่พนักงานและองค์กร
7. ทำให้เกิดความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่ ทำให้เกิดความสุขกาย สุขใจในการทำงาน
8. การจูงใจก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

พณีส หันนาคินทร์ (2542: 131) กล่าวว่าเมื่อผู้ปฏิบัติงานมีแรงจูงใจที่จะทำงานย่อมเกิดผลดีกับองค์กรและต่อตัวผู้ปฏิบัติงาน ดังนี้

1. องค์กรย่อมจะได้รับผลงานที่ดีจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร
2. ทำให้ลดความสูญเสียอันเกิดจากความละเลย ความไม่เอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้
3. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในอันที่จะทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงขึ้น ผู้ปฏิบัติงานจำทำงานด้วยความสำนึกในผลประโยชน์ส่วนรวมขององค์กร ยิ่งไปกว่าประโยชน์ส่วนตัว
4. ทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้กระทำลงไป โดยความรับผิดชอบเป็นตัวคุณพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานให้เป็นที่ไปในทางรักษาผลประโยชน์ขององค์กรและผลดีแก่ผู้ปฏิบัติงานทั้งในด้านที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้นจากองค์กรและการสร้างความก้าวหน้าให้แก่ตนเอง
5. แรงจูงใจจะช่วยลดความขัดแย้งในองค์กร เพราะทุกคนจะมองไปในทิศทางเดียวกัน หากจะมีความเห็นไม่ตรงกันแต่ก็จะเป็นที่จุดจุดหมายเดียวกัน ทำให้สามารถลดความขัดแย้งลงเหลือแต่ความเป็นมิตร

6. แรงจูงใจช่วยให้เกิดความพร้อมที่จะรับฟังคำสั่งเพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างราบรื่น และถูกต้องเจตนาารมณ์ของการสั่งงานนั้น

2.1.9 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

2.1.9.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจอธิบายถึงความต้องการหรือปรารถนาภายในของบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม หรือเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกลไกความต้องการของพนักงาน ซึ่งได้แก่ สาเหตุที่พนักงานมีความต้องการที่แตกต่างกันในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน (McShane and Von Glinow: 597) ทฤษฎีเนื้อหาเป็นที่รู้จักและยอมรับมี 4 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow
2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer
3. ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg
4. ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของ McClelland

Abraham Harold Maslow

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)



รูปที่ 2.3 Abraham Harold Maslow

ที่มา : Scribd (2011:2)

ประวัติ

อับราฮัม มาสโลว์เกิดเมื่อวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 1908 ที่เมืองบรูกลิน นิวเจอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา บิดามารดาเป็นชาวยิวซึ่งอพยพมาจากรัสเซีย มาสโลว์เป็นพี่ชายคนโตในพี่น้องทั้งหมด 7 คน มาสโลว์ เริ่มต้นการศึกษาใน ระดับปริญญาในวิชากฎหมายตามคำแนะนำของพ่อที่ City College of New York แต่เมื่อเรียนไปเพียง 2 สัปดาห์เขาก็ตัดสินใจว่าเขาไม่สามารถเป็นนักกฎหมายได้ เขาจึงเปลี่ยนมาศึกษาที่มหาวิทยาลัย Cornell และต่อมาก็มาเรียนที่มหาวิทยาลัย Wisconsin ในสาขาจิตวิทยา เขาได้รับปริญญาตรี เมื่อ ค.ศ. 1930 ปริญญาโท ในปี ค.ศ. 1931 และปริญญาเอกในปี ค.ศ. 1934 ทางด้านชีวิตครอบครัว เขาได้แต่งงาน กับ Bertha Goodman ซึ่ง มาสโลว์ ยกย่องภรรยาว่ามีความสำคัญต่อชีวิตของเขามาก

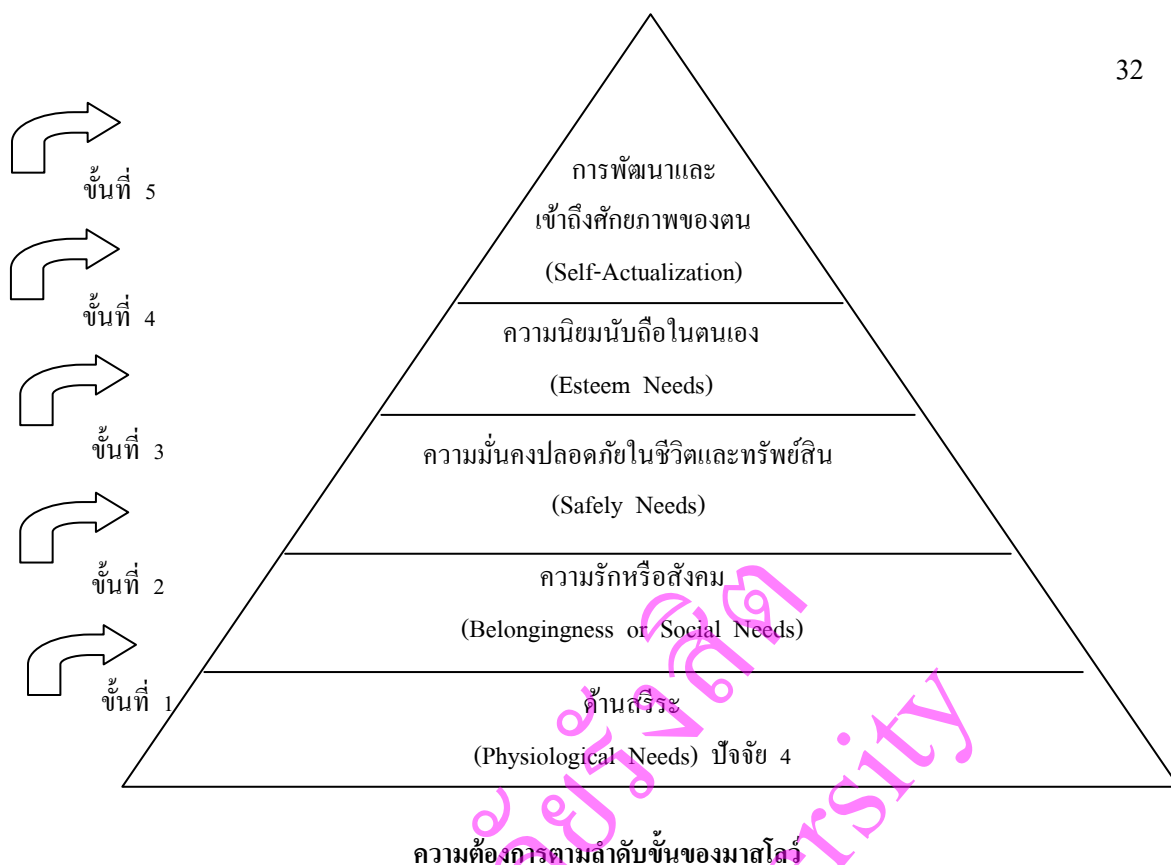
อับราฮัม มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแบรนดีส์ ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งขึ้นมา มาสโลว์ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐานรากฐานสามข้อ คือ

1. บุคคลคือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาเข้าได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจ

2. ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ)

3. บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไปเมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม

อับบราฮัม มาสโลว์ เชื่อว่า มนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ชั้นด้วยกัน ความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีการเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปหาขั้นสูงสุด มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้จนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดความต้องการในขั้นสูงต่อไป ความต้องการในขั้นต่ำกว่าจะต้องได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจเสียก่อนเสมอ แต่ไม่จำเป็นต้องบรรลุทั้งหมด มนุษย์จึงจะเกิดความต้องการขั้นสูงได้ และความพอใจจากการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลก็ไม่เท่ากัน บางคนร่ำรวยเป็นเศรษฐี แต่ยังไม่ผ่านความต้องการขั้นที่ 1 เนื่องจากมีความต้องการมากเกินไป ความต้องการเหล่านี้ก็คือแรงจูงใจที่ให้คุณค่าพฤติกรรม ความต้องการทั้ง 5 ชั้น เรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปยังขั้นสูงสุด ดังนี้



รูปที่ 2.4 ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

ที่มา : Scribd (2011:3)

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกาย จะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดยมาสโลว์ เป็นความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย เป็นต้น ความต้องการนี้สนองตอบแรงขับทางกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค (ตามปัจจัยสี่) ฯลฯ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน และเพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ในทำนองเดียวกันเวลาพักจะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานด้วยที่เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขาได้ บริษัทมากขึ้นทุกทีกำลังมีโครงการออกกำลังกายนี้จะช่วยให้พนักงานมีสุขภาพดีด้วยการตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขา บุคคลที่หิวจนเกินไปหรือเจ็บป่วยจนเกินไปยากที่จะมีส่วนช่วยต่อบริษัทของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและ

สภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพออุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัย

ความต้องการลำดับที่สองของมาสโลว์ จะถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ โดยปราศจากความกลัวการสูญเสียและภัยอันตรายทั้งปวง เช่น สภาพบ้านที่มั่นคง เงินออม ฯลฯ ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว บริษัทสามารถทำได้หลายสิ่งหลายอย่างเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น บริษัทอาจจะให้การประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควร และการยอมให้มีสภาพแรงงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการทางสังคมคือ ความ

ต้องการระดับสามที่ระบุโดยมาสโลว์ ความต้องการทางสังคมจะหมายถึงความต้องการที่จะเกี่ยวพันการมีเพื่อนและการถูกยอมรับ โดยบุคคลอื่น ความต้องการเป็นเจ้าของและมีเจ้าของ ต้องการมีความรักในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความรักระหว่าง คู่รัก พ่อ แม่-ลูก เพื่อน สามเณร-ภรรยา ความต้องการได้รับคำชมเชยจากผู้อื่น ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่สองได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทอาจจะกระตุ้นการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงของสำนักงาน ทีมฟุตบอล หรือโบว์ลิ่งของบริษัทจะให้โอกาสของการตอบสนองความต้องการทางสังคมด้วย การเป็นสมาชิกสโมสรของบริษัทจะให้โอกาสที่ดีแก่ผู้บริหารเพื่อ “การสร้างเครือข่าย” กับผู้บริหารคนอื่น ในขณะที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมของพวกเขาได้ด้วย ก่อนหน้านี้เราได้กล่าวถึงโครงการสุขภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้ โครงการสุขภาพนี้สามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ด้วย ความจริงแล้วการทำงานหรือการเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานจะให้โอกาสที่ดีเยี่ยมต่อการมีเพื่อน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความต้องการทางสังคมจะถูกกระตุ้นภายใต้สภาวะที่ “ความไม่แน่นอนทางองค์กร” มีอยู่ เช่น เมื่อความเป็นไปได้ของการรวมบริษัทได้คุกคามความมั่นคงของงาน ภายใต้สภาวะเช่นนี้บุคคลจะแสวงหาความเป็นมิตรจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นไปอยู่

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเกียรติยศ

ชื่อเสียงคือ ความต้องการระดับที่สี่ ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจาก

บุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น พวกเขาอาจจะได้รับเชิญงานเลี้ยงเพื่อที่จะยกย่องความสำเร็จที่ดีเด่น การพิมพ์เรื่องราวภายในจดหมายข่าวของบริษัท เพื่อที่จะพรรณนาความสำเร็จของบุคคล การให้กุญแจห้องน้ำแก่ผู้บริการ การให้ที่จอดรถยนต์ส่วนบุคคล และการประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ล้วนแต่เป็นตัวอย่างของสิ่งที่สามารถกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การให้รางวัลเป็นนาฬิกาและเพชรแก่การบริการที่ดี และรางวัลราคาถูก เช่น ที-เชิ้ต และเหยือกเบียร์จะมีประโยชน์ต่อการยกย่องด้วย

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการ โอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์ภายในงาน หรือพวกเขาอาจจะต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ บริษัทได้พยายามจูงใจบุคคลเหล่านี้ด้วยการเสนอตำแหน่งที่ท้าทายแก่พวกเขา ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเองด้วยการ ใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถของพวกเขา การเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่เป็นความต้องการเดิมตนเองให้เต็ม รับรู้ความสามารถทุกอย่างที่เขาสามารถจะเป็นได้หรือทำได้ แต่คนส่วนใหญ่มักจะไปไม่ถึงขั้นนี้ แม้ว่าเขาจะสนองตอบความต้องการระดับที่ต่ำกว่าทั้ง 4 ขั้นได้ในระดับที่พึงพอใจแล้วก็ตาม ลักษณะที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นบุคคลที่บรรลุขั้นที่ 5 หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าขั้นต้องการพัฒนาและเข้าถึงศักยภาพที่แท้จริงของตน มีดังนี้ จาก 15 คุณลักษณะ เช่น

- รับรู้ความเป็นจริงอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง
- ยอมรับในความเป็นตนเอง และผู้อื่นอย่างที่เขาเป็นตัดสินเขาโดยปราศจากความคิดวิตกกังวลหรือรู้สึกผิด
- สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มีความชื่นชมต่อธรรมชาติ มองเห็นสิ่งที่ซ่อนอยู่ในความธรรมดาได้ เช่น ภาพเด็กคูคนมมารดา เป็นต้น
- มีความเป็นประชาธิปไตย
- มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

ความต้องการทั้ง 5 เป็นลำดับขั้นนั้น หากความต้องการขั้นแรกไม่ได้รับ การตอบสนอง เช่น หากยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการทางกาย อาหารไม่พอรับประทาน ยังไม่มีบ้านอยู่ ยังขาดยารักษาโรค บุคคลจะมีพฤติกรรมต่างๆ เพื่อแสวงหาสิ่งเหล่านี้จนเป็นที่

พอใจ จึงจะเกิดความต้องการความมั่นคงปลอดภัยขึ้น เช่น เริ่มมีการเก็บออมเงินเพื่อชีวิตภายหน้า เป็นต้น ประเทศใดเมื่อใดที่ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนของตนอยู่ดีกินดีได้ จะหวังให้ประชาชนมีพฤติกรรมมุ่งหวังสู่ความสำเร็จนั้นเป็นไปได้ยากในทัศนะของมาสโลว์ จะเห็นได้ว่าความต้องการเหล่านี้ก็คือแรงจูงใจให้บุคคลเกิดการตอบสนองนั่นเอง

ดังนั้นเมื่อดูตามหลักทฤษฎีของมาสโลว์แล้ว จะเห็นว่าบุคคลจะถูกจูงใจให้ตอบสนองความต้องการระดับต่ำก่อนที่พวกเขาจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับสูง ยิ่งกว่านั้นเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งถูกตอบสนองแล้วความต้องการนี้จะไม่เป็นสิ่งจูงใจที่มีพลังต่อไปอีก

ทฤษฎีของมาสโลว์เป็นทฤษฎีที่ถูกสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองตามสมควรแล้วความต้องการเหล่านี้จะหยุดเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรม เมื่อต้องการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในหน่วยงาน ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ ความต้องการในระดับต่ำอาจได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและในส่วนที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป เช่น ในหน่วยงานที่จัดให้มีรายได้พอสมควรแล้วและสภาพแวดล้อมของงานดีแล้ว การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้นจะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลยเนื่องจากบุคคลส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้ว

Clayton P. Alderfer

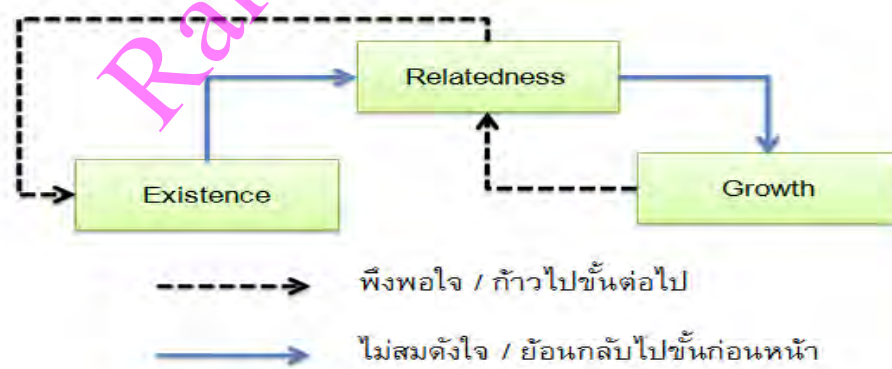
ERG Theory



รูปที่ 2.5 Clayton P. Alderfer

ที่มา : Scribd (2011:9)

นักจิตวิทยาชื่อ Clayton P. Alderfer เป็นนักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้มีแนวคิดว่าความต้องการของคนเรานั้นไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับขั้นอย่างที่มาสโลว์พูดเสมอไป Alderfer จึงได้เสนอโมเดลที่เรียกว่า ERG Needs Model มาดังรูปด้านล่าง



รูปที่ 2.6 ERG Model

ที่มา : Scribd (2011:9)

โดยแต่ละ Construct หรือตัวแปรใน โมเดลนี้มีความหมายดังนี้

1. **Existence** หมายถึง ความต้องการในการที่จะดำรงอยู่ ซึ่งก็คือ ปัจจัย 4 (อาหาร, เครื่องนุ่งห่ม, ที่อยู่อาศัย และ ยารักษาโรค) และ ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน หรือเทียบง่ายๆ ก็คือ ความต้องการในลำดับขั้นที่ 1 และ 2 (ในส่วนของความปลอดภัย ในด้านกายภาพ หรือ Physical Security) ตามแนวคิดของมาสโลว์นั่นเอง

2. **Relatedness** หมายถึง ความต้องการในการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้รับการยอมรับนับถือจากตัวผู้อื่น ซึ่งในที่นี้ก็หมายถึงความต้องการในลำดับขั้นที่ 2 (ในส่วนของความปลอดภัยในความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่น หรือ Interpersonal Security) ขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4 (ในส่วนของ การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น หรือ Social Esteem) ของมาสโลว์ นั่นเอง

3. **Growth** หมายถึง ความต้องการที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้า และสามารถได้รับการนับถือในตนเอง ซึ่งเทียบได้กับความต้องการในลำดับขั้นที่ 4 (ในส่วนของ การยอมรับนับถือตนเอง หรือ Self-esteem) และลำดับขั้นที่ 5 ของมาสโลว์

ตารางเปรียบเทียบความคล้ายคลึงกันของแนวคิดของ Alderfer และ Maslow



รูปที่ 2.7 เปรียบเทียบ ERG Model กับ Maslow's Hierarchy Needs

ที่มา : Scribd (2011:16)

โดย Alderfer ยังคงมองว่า เมื่อแต่ละลำดับขั้นได้รับการเติมเต็มจนพอใจแล้ว ก็จะมีการพัฒนาไปยังลำดับขั้นต่อไป นั่นก็คือ พัฒนาจาก Existence -> Relatedness -> Growth นั่นเอง ซึ่งทฤษฎี E.R.G ของ Alderfer ก็มีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ของ Maslow ที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ตอบสนองจะจูงใจบุคคลและเห็นได้ว่า โดยทั่วไปบุคคลจะก้าวขึ้นไปตามลำดับของความต้องการจากระดับต่ำกว่าก่อนความต้องการระดับสูง เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับต่ำจะมีความสำคัญน้อยลง แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์บางอย่าง บุคคลอาจจะกลับมายังความต้องการระดับต่ำได้ เช่น บุคคลที่คับข้องใจภายใน การตอบสนองความต้องการการเจริญเติบโต อาจจะถูกใจให้ตอบสนองความต้องการความสัมพันธ์ที่ต่ำลงมา จึงทำให้ทฤษฎีนี้มีทั้ง ส่วนเหมือนและส่วนต่างกับทฤษฎีความต้องการของ Maslow แต่ความแตกต่างของแนวคิดของ Alderfer กับมาสโลว์ที่สำคัญคือ

1. Alderfer เสนอว่า ความต้องการ ในแต่ละลำดับขั้นตามแนวคิด ERG Theory นั้นสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องเรียงลำดับ และสามารถเกิดขึ้นพร้อมๆ กันได้มากกว่าหนึ่งขั้น จึงสามารถอธิบายเรื่องที่บางคนที่มีแม้จะยังมีความต้องการในเรื่องของปัจจัย 4 ยังไม่ครบแต่กลับมีความต้องการด้านการเติบโตอยู่มากได้

2. หากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ คนเราจะเกิดความสับสน (Frustration) แล้วก็จะหันกลับไปมีความต้องการในลำดับขั้นที่ต่ำกว่าแทน เช่น หากไม่ได้รับการตอบสนองในส่วนของการเจริญเติบโต (Growth) อย่างพอเพียง ก็จะหันไปมีความต้องการในการได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่น การได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น (Relatedness) แทน

Frederick Herzberg

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Two-Factor Theory)



รูปที่ 2.8 Frederick Herzberg

ที่มา : Scribd (2011:12)

ประวัติส่วนตัว และประสบการณ์ Frederick Herzberg สัญชาติอเมริกัน เกิดเมื่อวันที่ 18 เมษายน 1923 ที่ Lynn, Massachusetts, U.S. การศึกษาปริญญาเอกจิตวิทยา ด้านหลักการจูงใจ หรือ Motivation เสียชีวิตเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2000 ที่ University Hospital, Salt Lake City, U.S.

Frederick Herzberg เข้าศึกษาระดับปริญญาตรีที่ City College of New York ต้องไปรับราชการทหารเป็นกองลาดตระเวนทำให้ต้องพักการเรียนชั่วระยะหนึ่งได้รับแรงบันดาลใจเรื่องการจูงใจ (Motivation) จากการที่ท่านได้มีโอกาสพูดคุยกับชาวเยอรมันที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้ๆ ฐาน Dachau concentration camp และสังคมในละแวกนั้นเป็นกลุ่มคนที่มีระดับการจูงใจสูงมาก

Frederick Herzberg สอนหนังสือและทำงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาที่ Case Western Reserve University ใน Cleveland ก่อตั้ง Department of Industrial Mental Health สอนวิชาบริหารที่ University of Utah และได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจูงใจมนุษย์ในสถานการณ์การทำงาน - ปี 1959 Herzberg ได้ร่วมกับ Bernard Mausner และ Babara Synderman ทำการวิจัยและเขียนหนังสือ the Motivation at Work

เฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลาย คือ ทฤษฎีสองปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนหรือปัจจัยภายนอก (ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยเกื้อหนุน) และปัจจัยภายใน (ปัจจัยจูงใจ)



รูปที่ 2.9 ทฤษฎีสองปัจจัย

ที่มา : Scribd (2011:13)

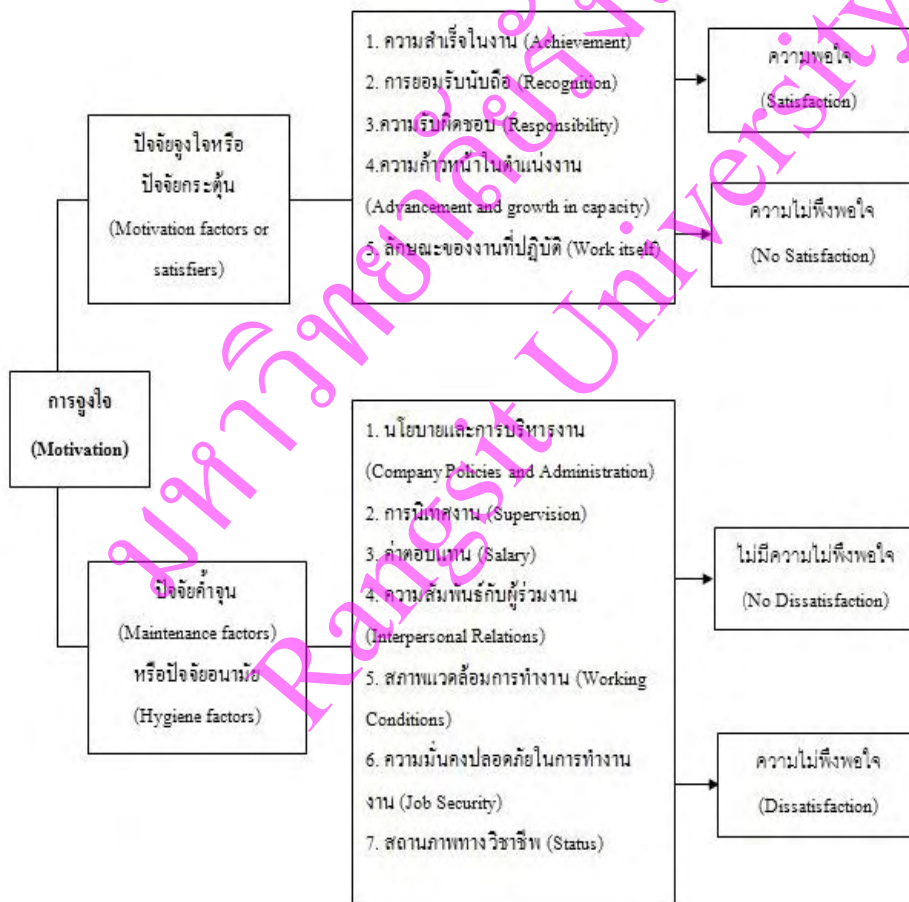
1. ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการทำงาน และวิธีการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ถ้าหากไม่เหมาะสม หรือบกพร่องไป จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่งถ้ามีพร้อมสมบูรณ์ก็ไม่สามารถสร้างความพอใจในงานได้ แต่ยังคงปฏิบัติงานอยู่ เพราะเป็นปัจจัยที่ป้องกันความไม่พอใจในงานเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้คนทำงาน โดยมีประสิทธิภาพ หรือผลผลิตมากขึ้นได้ ตัวอย่างปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ นโยบายของหน่วยงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน แบบการบริหารงาน เงินเดือน สวัสดิการต่างๆ ความมั่นคง ความปลอดภัย เป็นต้น

2. ปัจจัยจูงใจ (motivating factors) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน และทำให้ผู้ปฏิบัติมีความพอใจในงาน ใช้ความพยายาม และความสามารถทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง ได้รับผิชอบในงาน ลักษณะงานที่ท้าทาย เหมาะกับระดับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าและพัฒนาตนเองให้สูงขึ้น เป็นต้น

การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานจึงมีสองขั้นตอน คือ

ตอนแรกหัวหน้างานหรือผู้บริหารต้องตรวจสอบให้มั่นใจว่าปัจจัยอนามัยไม่ขาดแคลนหรือบกพร่อง เช่น ระดับเงินเดือนค่าจ้างเหมาะสม งานมีความมั่นคง สภาพแวดล้อมปลอดภัย และอื่นๆ จนแน่ใจว่าความรู้สึกไม่พอใจจะไม่เกิดขึ้นในหมู่ผู้ปฏิบัติงาน

ในตอนที่สองคือ การให้โอกาสที่จะได้รับปัจจัยจูงใจ เช่น การได้รับการยกย่อง ในความสำเร็จและผลการปฏิบัติงาน มอบความรับผิดชอบ ตามสัดส่วน ให้โอกาสใช้ความสามารถในงานสำคัญ ซึ่งอาจต้องมีการออกแบบการทำงานให้เหมาะสมด้วย การตอบสนอง ด้วย ปัจจัยอนามัยก่อน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกลาง ไม่มีความไม่พอใจ แล้วจึงใช้ปัจจัยจูงใจเพื่อสร้างความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้



รูปที่ 2.10 กรอบแนวคิดการจูงใจ

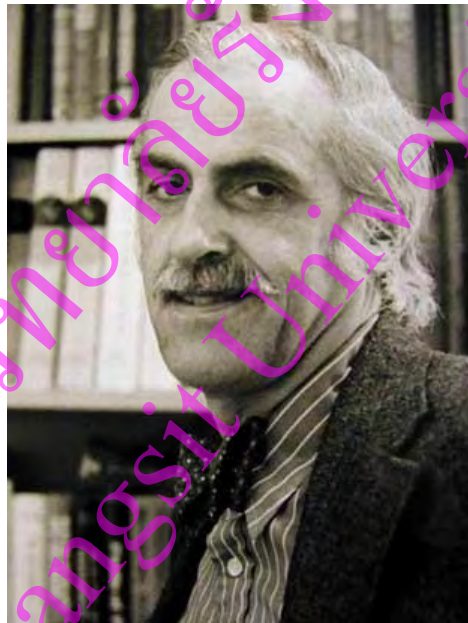
ที่มา : Scribd (2011:14)

กรอบแนวคิดนี้พัฒนามาจากทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factors Theory) ของ Ferderick Herzberg (Herzberg อ้างในกาญจนา กาญจนะ, 2542)

เฮิร์ซเบิร์กได้ลดความต้องการห้าขั้นของมาสโลว์เหลือเพียงสองระดับ คือ ปัจจัยอนามัย เทียบได้กับ การสนองตอบต่อ ความต้องการ ระดับต่ำ (ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางสังคม) ส่วนปัจจัยจูงใจเทียบได้กับ การสนองตอบ ต่อความต้องการระดับสูง (เกียรติยศชื่อเสียงและความสมบูรณ์ในชีวิต)

David C. McClelland

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory)



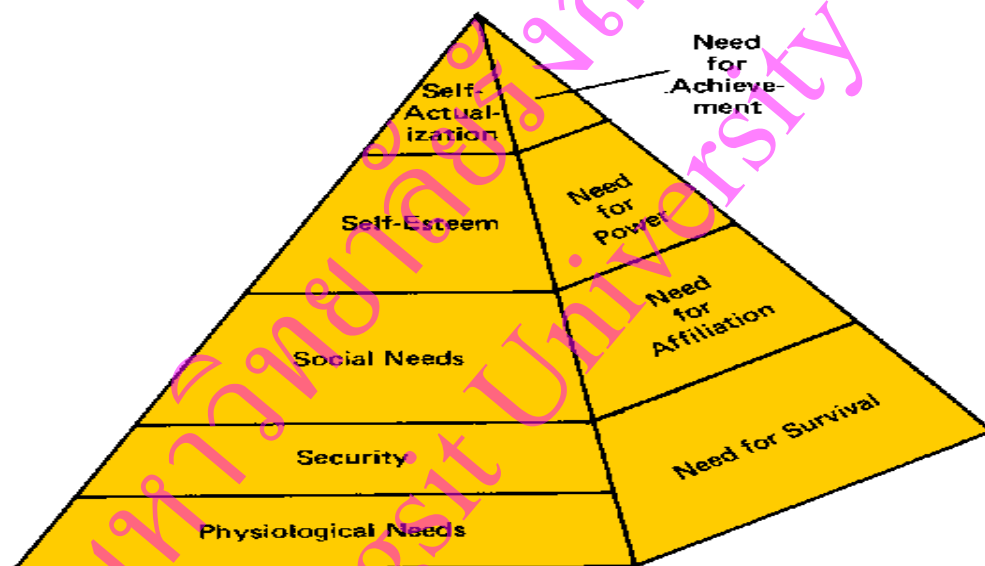
รูปที่ 2.11 David C.McClelland

ที่มา : Scribd (2011:15)

David C. McClelland ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยา จากมหาวิทยาลัย Harvard กับบทความที่มีชื่อเสียงของเขาคือตีพิมพ์ในวารสารนักจิตวิทยาอเมริกัน เรื่อง Testing for Competence Rather than for Intelligence ในปี ค.ศ. 1973

การศึกษาทางด้านจิตวิทยามักเป็นการศึกษาต่อมาจากแนวคิดที่เคยมีผู้เสนอไว้แล้วในอดีต แนวคิดของ McClelland ก็เช่นกัน กล่าวกันว่าแนวคิดของ McClelland ไม่ใช่แนวคิดใหม่เสียทีเดียว เพราะในปี ค.ศ. 1920 Frederick Taylor บิดาของวิทยาศาสตร์การจัดการได้กล่าวถึงสิ่งที่ยั่งยืนกับสมรรถนะมาก่อน (Raelin & Cooledge, 1996) อย่างไรก็ตาม McClelland ได้นำสมรรถนะมาสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

เดวิด ซี แมคเคลแลนค์ เป็นผู้เสนอทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ขึ้น โดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้องซึ่งความต้องการจึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรียนรู้ว่าในทางสังคมแล้ว เรามีความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ



รูปที่ 2.12 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

ที่มา : Scribd (2011 : 16)

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีมาตรฐานสูงขึ้นในชีวิต มีผู้มีความต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- มีเป้าหมายในการทำงานสูง ชัดเจนและท้าทายความสามารถ
- มุ่งที่ความสำเร็จของงานมากกว่ารางวัล หรือผลตอบแทนเป็น

เงินทอง

- ต้องการข้อมูลย้อนกลับในความก้าวหน้าสู่ความสำเร็จทุกระดับ

- รับผิดชอบงานส่วนตัวมากกว่าการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

2. ความต้องการอำนาจ (Need for power) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุม สร้างอิทธิพล หรือรับผิดชอบในกิจกรรมของผู้อื่น ผู้มีความต้องการอำนาจจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- แสวงหาโอกาสในการควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น

- ชอบการแข่งขันในสถานการณ์ที่มีโอกาสให้ตนเองครอบงำคนอื่นได้

- สนุกสนานในการเชิญหน้าหรือโต้แย้ง ต่อสู้กับผู้อื่น

ความต้องการอำนาจมีสองลักษณะ คือ อำนาจบุคคล และอำนาจสถาบัน อำนาจบุคคลมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าองค์กร แต่อำนาจสถาบันมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยทำงานร่วมกับคนอื่น

3. ความต้องการความผูกพัน (Need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไว้อย่างใกล้ชิด ผู้มีความต้องการความผูกพันมีลักษณะ ดังนี้

- พยายามสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพและมิตรภาพให้ยั่งยืน

- อยากให้บุคคลอื่นชื่นชอบตัวเอง

- สนุกสนานกับงานเลี้ยง กิจกรรมทางสังคม และการพบปะสังสรรค์

ต่างๆ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง

2. ต้องการงานที่มีระดับยากง่ายพอดี ไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปกว่าความสามารถความสามารถของเขา

3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้ว McClelland ได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่เขาทำด้วย

สัดส่วนของความต้องการทั้งสามนี้ ในแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน บางคนอาจมีความต้องการอำนาจสูงกว่าความต้องการด้านอื่น ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจมีความต้องการความสำเร็จสูง เป็นต้น ซึ่งจะเป็นส่วนที่แสดงอุปนิสัยของคนคนนั้น ได้ตั้งนั้นเมื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรหรือหน่วยงาน ก็จะทำให้ผู้ที่นำไปใช้ต้องคอยตอบสนองความต้องการเหล่านั้นให้กับบุคลากรในหน่วยงานของตนเพื่อให้คนเหล่านั้นสามารถนำความสามารถของตนออกมาใช้ได้อย่างเต็มความสามารถ

สรุปได้ว่า ในงานวิจัยเล่มนี้ ได้เลือกทฤษฎีของ McClelland คือ ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ มาใช้อ้างอิงในกรอบแนวคิดซึ่งเป็นหนึ่งในตัวแปรตามและนำทฤษฎีนี้รองรับแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกความต้องการของ McClelland มาใช้อ้างอิง 2 ข้อเท่านั้น คือ ความต้องการความสำเร็จ หรือที่เรียกว่า แรงจูงใจใฝ่อำนาจ และ ความต้องการอำนาจ หรือที่เรียกว่า แรงจูงใจใฝ่อำนาจ เนื่องจากความต้องการทั้ง 2 ข้อนี้มีความเหมาะสมและตรงกับลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

2.1.9.2 ทฤษฎีแรงจูงใจอื่นๆ

ทฤษฎีแรงจูงใจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ คือ

1. ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้นทุกพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าวิเคราะห์ดูแล้วจะเห็นว่าได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นส่วนใหญ่ โดยประสบการณ์ในด้านดีและกลายเป็นแรงจูงใจทางบวกที่ส่งผลเร็วให้มนุษย์มีความต้องการแสดงพฤติกรรมในทิศทางนั้นมากยิ่งขึ้นทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic Motivation)

2. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนเองชื่นชม หรือคนที่มีความเชื่อในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

3. ทฤษฎีพุทธินิยม (Cognitive View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ (Perceive) สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยความสามารถทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญ มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากหลายๆ ทางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งในสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะเกิดความไม่สมดุล (Disequilibrium) ขึ้น เมื่อเกิดสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะต้อง อาศัยขบวนการดูดซึม (Assimilation) และการปรับ (Accommodation) ความแตกต่างของประสบการณ์ที่ได้รับใหม่ ให้เข้ากับความสมดุลเดิมของตนซึ่งการจะทำให้ได้จะต้องอาศัยสติปัญญาเป็นพื้นฐานที่สำคัญ ทฤษฎีนี้เน้นเรื่องแรงจูงใจภายใน (intrinsic Motivation) นอกจากนั้นทฤษฎีนี้ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการวางแผน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration) โดยที่เขาถือว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะตั้ง ความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ และตรงกันข้ามคือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลง เมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้วล้มเหลว

ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic View of Motivation)

แนวความคิดนี้เป็นของมาสโลว์ (Maslow) ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ โดยที่ความต้องการจะเป็น ตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่ความต้องการนั้น ดังนั้นถ้าเข้าใจความต้องการของมนุษย์ก็สามารถ อธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน

2.1.9.3 ทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลแลนด์

จอห์น แอล ฮอลแลนด์ (John L. Holland) เป็นผู้สร้าง "แบบสำรวจความพอใจในอาชีพ" (The Vocational Preference Inventory) ได้สร้าง "ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ขึ้นโดยมีความคิดพื้นฐาน 4 ประการ (Holland, 1973: 2 - 4) ดังนี้

1. บุคลิกภาพของบุคคลทั่วไปแบ่งได้เป็น 6 ลักษณะตามความสนใจอาชีพประเภทต่างๆ ต่อไปนี้คือ งานช่างฝีมือและกลางแจ้ง งานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี งานบริการการศึกษาและสังคม งานสำนักงานและเสมียน งานจัดการและค้าขาย งานศิลปะดนตรีและวรรณกรรม บุคลิกภาพแต่ละลักษณะเป็นผลจากการปะทะสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ กับแรงผลักดันส่วนบุคคลซึ่ง

ประกอบด้วยศักดิ์ตระกูล บิดามารดา ระดับชั้นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพประสบการณ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนี้จะกลายเป็นความสนใจ และจากความสนใจจะนำไปสู่ความสามารถเฉพาะ ที่ยที่สุดความสนใจและความสามารถเฉพาะจะกำหนดให้บุคคลึกคิด รับรู้ และแสดงเอกลักษณ์ของตน

2. สิ่งแวดล้อมของบุคคลก็แบ่งได้เป็น 6 อย่างตามความสนใจอาชีพประเภทต่างๆ ข้างต้นเช่นเดียวกัน สิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างนี้ถูกรอบงำโดยบุคลิกภาพ และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาและความกดดันบางประการ และโดยเหตุที่บุคลิกภาพต่างกัน ทำให้ความสนใจและความถนัดต่างกันด้วย บุคคลจึงมีแนวโน้มจะหันเข้าหาบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน ดังนั้น บุคคลในกลุ่มเดียวกันจึงมักจะมีอะไร ๆ คล้าย ๆ กัน

3. บุคคลจะค้นหาสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เขาได้ฝึกทักษะและใช้ความสามารถของเขาทั้งยังเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงทัศนคติ ค่านิยม และบทบาทของเขา

4. พฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ เมื่อเราทราบบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคลก็จะทำให้เราทราบถึง ผลที่จะติดตามมาด้วย ซึ่งได้แก่การเลือกอาชีพ การเปลี่ยนงาน ความสำเร็จในอาชีพ ความสามารถเฉพาะ พฤติกรรมทางการศึกษาและสังคม

นอกจากความคิดพื้นฐาน 4 ประการข้างต้นแล้ว ฮอลแลนด์ยังมีแนวคิดปลีกย่อยเพิ่มเติมอีก 4 ประการ (Holland, 1973: 4-5) ดังนี้

1. ความสอดคล้องต้องการ (Consistency) บุคลิกภาพบางลักษณะมีความสอดคล้องต้องการ เช่น บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้งกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคนิค หรือบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียนกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะดนตรี และวรรณกรรม

2. ความแตกต่างกัน (Differentiation) โดยปกติ บุคคลจะมีบุคลิกภาพเด่นชัดอยู่ลักษณะหนึ่ง แม้จะมีบุคลิกลักษณะอื่น ๆ ประปรายอยู่บ้าง แต่บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพลักษณะต่าง ๆ อยู่ในระดับใกล้เคียงกันจนยากต่อการชี้ชัดลงไปว่า บุคคลนั้นมีบุคลิกภาพลักษณะใด

3. ความเหมาะสมกัน (Congruence) บุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมต้องมีความเหมาะสมกัน เช่น สิ่งแวดล้อมของผู้มีความสนใจประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง ย่อมเหมาะสมกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทนี้มากกว่าบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจประเภทอื่น

4. การคาดคะเน (Calculus) โดยเหตุที่บุคลิกภาพแต่ละลักษณะและสิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างมิได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด และต่างก็มีความสัมพันธ์ภายในกันอยู่ ดังนั้นเมื่อบุคลิกภาพบุคลิกภาพลักษณะหนึ่งก็ทำให้สามารถคาดคะเนถึงบุคลิกภาพลักษณะอื่นได้ด้วย

ที่มาของทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลแลนด์

"ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ของฮอลแลนด์เป็นผลจากการสังเกตของเขาและของคนอื่นๆ เกี่ยวกับความสนใจ ลักษณะและพฤติกรรมของบุคคล และมีส่วนสัมพันธ์กับทฤษฎีของกิลฟอร์ด (Guilford 1954) ซึ่งได้วิเคราะห์บุคลิกภาพและความสนใจของบุคคลออกเป็น 6 ประเภท คือ ด้านจักรกล ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านบริการสังคม ด้านสารบรรณ ด้านธุรกิจ และด้านศิลปะ นอกจากนี้ทฤษฎีของฮอลแลนด์ยังมีส่วนคล้ายคลึงกันกับทฤษฎีของแอดเลอร์ (Adler, 1939) ของฟรอมม์ (Fromm, 1947) ของจุง (Jung, 1933) ของเชลดอน (Sheldon, 1954) ของสแปร็งเจอร์ (Spranger, 1928) โดยเฉพาะการประเมินสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยจำแนกลักษณะของบุคคลมีแนวความคิดมาจากลินตัน (Linton, 1945) ซึ่งกล่าวว่า "แรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อมจะถูกถ่ายทอดไปยังบุคคล"

อนึ่ง ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องความต้องการ (needs) และแรงกดดัน (pressures) ของเมอร์เรย์ (Murray, 1938) ก็เป็นแรงกระตุ้นอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ฮอลแลนด์คิดทฤษฎีของเขาขึ้น กล่าวโดยสรุป "ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ของฮอลแลนด์มีแนวคิดพื้นฐานดังนี้

1. การเลือกอาชีพเป็นการแสดงออกซึ่งบุคลิกภาพ
2. แบบสำรวจความสนใจคือแบบสำรวจบุคลิกภาพ

ฮอลแลนด์ได้กล่าวถึง "การเลือกอาชีพ" ไว้ว่า "การเลือกอาชีพคือ การกระทำที่สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจ ความรู้ บุคลิกภาพ และความสามารถของบุคคล อาชีพเป็นวิถีชีวิต ส่วนสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นงานและทักษะ"

การกำหนดลักษณะบุคลิกภาพ

ฮอลแลนด์ได้จำแนกลักษณะบุคลิกภาพตามความสนใจอาชีพต่างๆ 6 ประเภท โดยมีเป้าหมายดังนี้

1. ชี้แนะประสบการณ์ที่จะนำไปสู่ลักษณะเฉพาะของบุคคล
2. อธิบายให้ทราบว่า ประสบการณ์นำไปสู่ลักษณะเฉพาะได้อย่างไร และลักษณะเฉพาะนำไปสู่พฤติกรรมได้อย่างไร
3. แยกแยะความเหมาะสมระหว่างบุคลิกภาพแต่ละลักษณะกับเหตุการณ์ที่เก่าและใหม่

1. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง (Realistic)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของ เครื่องมือ จักรกล และสัตว์เลี้ยง แต่ไม่ชอบกิจกรรมด้านการศึกษาและการแพทย์ ดังนั้นบุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางการช่าง เครื่องยนต์ การเกษตร ไฟฟ้า และเทคนิค แต่ด้อยความสามารถทางด้านสังคมและการศึกษา สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานบริการ การศึกษาและสังคม
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้มีความสามารถทางด้านเครื่องยนต์และกีฬา แต่ขาดความสามารถทางการเข้าสังคม
- 4) เขาจะนิยมสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนิยมลักษณะภายนอกของบุคคล เช่น เงิน อำนาจ สถานภาพ

และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถและค่านิยมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ขี้อาย หัวอ่อน เปิดเผย จริงจัง แข็งแรง วัตถุนิยม เป็นธรรมชาติ เรียบๆ พากเพียร เสมอต้นเสมอปลาย เก็บตัว มั่นคง มัธยัสถ์ ไม่คิดลึก ไม่หมกมุ่น

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ ช่างไฟฟ้า ช่างประปา ช่างวิทยุ ช่างทำบล็อค คนขับรถ ขุดดิน เป็นต้น

2. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Investigative)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเกตสัญลักษณ์ การจัดระบบ การทดลองด้านกายภาพ ชีวภาพ และปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อจะได้เข้าใจและควบคุมปรากฏการณ์นั้น ๆ แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักชวน การเข้าสังคม และการเลียนแบบ ดังนั้นบุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์และการคำนวณ แต่ด้อยความสามารถทางการโฆษณาชักชวน สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และไม่ชอบอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะนักวิชาการเชื่อมั่นในความคิดของตนเอง มีความสามารถทางการคำนวณและวิทยาศาสตร์ แต่ขาดความสามารถทางการเป็นผู้นำ

4) เขจะมีค่านิยมทางด้านวิทยาศาสตร์ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ชอบวิเคราะห์ รอบคอบ เป็นนักวิจารณ์ ใฝ่รู้ รักอิสระ ฉลาด เกือบตัว มีหลักการ อดทน เดียวขาด มีเหตุผล ไว้ตัว

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักอุตุนิยมวิทยา นักชีววิทยา นักเคมี นักฟิสิกส์ นักเขียนบทความทางวิชาการ เป็นต้น

3. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานบริการการศึกษาและสังคม (Social)

พันธกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ การฝึกหัด การพัฒนา การอนุรักษ์ และการสั่งสอน แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ เครื่องมือ เครื่องยนต์ ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านมนุษยสัมพันธ์ เช่นงาน ประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ แต่ด้วยความสามารถด้านการช่างและเทคนิค สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

5) ชอบอาชีพประเภทงานบริการการศึกษาและสังคม แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง

6) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่นๆ

7) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะคนที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เข้าใจผู้อื่น มีความสามารถทางการสอน แต่ขาดความสามารถทางด้านเครื่องยนต์และวิทยาศาสตร์

8) เขจะมีค่านิยมเกี่ยวกับปัญหาและกิจกรรมด้านสังคมและการกีฬา และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ มีอำนาจ ให้ความร่วมมือ มีความเป็นหญิง มีไมตรีจิต กว้างขวาง ชอบบำเพ็ญประโยชน์ มีอุดมคติ มีความคิดลึกซึ้ง เมตตากรุณา จุใจคนเก่ง มีความรับผิดชอบ ชอบเข้าสังคม รู้จักกาลเทศะ มีความเข้าใจเพื่อนมนุษย์

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ ครู นักจิตวิทยา จิตแพทย์ นักสังคมสงเคราะห์ ที่ปรึกษาปัญหาส่วนตัว เป็นต้น

4. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน (Conventional)

พันธกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม เป็นการ จัดระบบหรือระเบียบ เช่น เก็บรายงาน จัดข้อมูล คัดลอกข้อมูล จัดหมวดหมู่รายงาน และข้อมูล

เกี่ยวกับตัวเลข แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เป็นนามธรรม มีอิสระ ต้องค้นคว้า ไม่เป็นระบบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านงานสารบรรณ การคำนวณ งานธุรกิจ แต่ด้อยความสามารถทางด้านศิลปะ สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรี และวรรณกรรม
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้ชอบเลียนแบบ ชอบจัดระเบียบ มีความสามารถทางด้านงานสารบรรณและตัวเลข แต่ขาดความสามารถทางด้านศิลปะ
- 4) เขาจะนิยมผู้ประสบความสำเร็จด้านงานธุรกิจและเศรษฐกิจ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ชอบเลียนแบบ ยุติธรรม วางท่า มีสมรรถภาพ ไม่ยึดหยุ่น มีหิริ โอดัปปะ อ่อนน้อม เรียบร้อย พากเพียร คล่องแคล่ว เจ้าระเบียบ เชื้อกเย็น ไม่มีจินตนาการ

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักบัญชี ผู้ดูแลสินค้าในสต็อก ผู้ควบคุมเครื่องคอมพิวเตอร์ เสมียนจ่ายเงิน พนักงานจดคำให้การในศาล เป็นต้น

5. บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย (Enterprising)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน หรือผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเกต เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นระเบียบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางการเป็นผู้นำ การประชาสัมพันธ์ การชักชวน แต่ด้อยความสามารถด้านวิทยาศาสตร์

สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคนิค
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะผู้กว้างขวาง มีความเชื่อมั่นในตนเอง เข้าสังคมเก่ง มีความสามารถทางการเป็นผู้นำ การพูด แต่ด้อยความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์
- 4) เขาจะนิยมผู้มีความสามารถทางการเมืองและเศรษฐกิจ และโดยเหตุที่มีความสนใจ ความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ ชอบเสี่ยงภัย ทะเยอทะยาน กล้าได้กล้าเสีย น่าเชื่อถือ กระปรี้กระเปร่า เปิดเผย ใจร้อน มองโลกในแง่ดี สนุกสนาน เชื่อมั่นในตนเอง เข้าสังคมง่าย ช่างพูด

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักธุรกิจ พ่อค้า แอร์โฮสเตส นายหน้า นักจัดรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

6. บุคลิกภาพของผู้ที่มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรีและวรรณกรรม (Artistic)

พันธุกรรมและประสบการณ์ทำให้บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนามธรรม เป็นอิสระ ไม่เป็นระเบียบแบบแผน แต่ไม่ชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปธรรม เป็นระเบียบแบบแผน ดังนั้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางด้านศิลปะ ภาษา ดนตรี การละคร การเขียน แต่ด้อยความสามารถด้านธุรกิจ งานสารบรรณ สรุปแล้ว บุคคลกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมดังนี้

- 1) ชอบอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรี และวรรณกรรม แต่ไม่ชอบอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน
- 2) เขาจะใช้ความสามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ
- 3) เขาจะรับรู้ตัวเองในฐานะคนที่ชอบแสดงออก มีความคิดริเริ่ม มีพรสวรรค์ มีความเป็นหญิง ไม่ชอบเลียนแบบ รักอิสระ มีความสามารถทางด้านศิลปะและดนตรี การแสดง การเขียน การพูด
- 4) เขาจะนิยมผู้มีความสามารถทางการศึกษา และโดยเหตุที่มีความสนใจความสามารถ การรับรู้ตนเอง และค่านิยมต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไปนี้คือ จุกจิก ไม่มีระเบียบ เจ้าอารมณ์ มีความเป็นหญิง มีอุดมคติ เพื่อฝัน ไม่จริงจัง ใจร้อน รักอิสระ ช่างคิด ไม่ชอบเลียนแบบ มีความคิดริเริ่ม

อาชีพที่บุคคลกลุ่มนี้สนใจ ได้แก่ นักดนตรี นักประพันธ์ นักโฆษณา นักร้อง ผู้ค้าศิลปวัตถุ เป็นต้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำของสังคม (Theory of Social Action) หรือ ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factor Theory of Decision making and Social Action)

รีดเดอร์ (Reeder, 1971: 278) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีต่อการกระทำทางสังคมว่า ในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน แต่ละบุคคลจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน โดยการตัดสินใจนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่า สอดคล้องหรือตรงกับปัญหา เหตุผลบางประการอาจจะต่อต้านการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้ตัดสินใจจะตระหนักถึงน้ำหนักของเหตุผล ที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจอาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่งประการหรือมากกว่า หรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ทั้งนี้กลุ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในบางกรณีการกระทำทางสังคมอาจจะมีทางเลือกสองหรือสามทาง ในการตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นๆ ผู้ตัดสินใจอาจจะเลือกทางเลือกที่แตกต่างกันไป จะสามารถมองเห็นเหตุผลในการตัดสินใจของแต่ละคนได้จากสิ่งที่เลือก ดังนั้นการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ด้วยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวที่มีได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยประการเดียว แต่จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่นำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ประกอบด้วย

1. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ประกอบด้วย

1.1 เป้าประสงค์ หรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ กิจกรรม วัตถุประสงค์ คุณลักษณะ ความเชื่อ ความรู้ กิจธุระหรือสภาพความเป็นอยู่ ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ล่วงหน้า และผู้กระทำจะพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

1.2 ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือของกลุ่ม ที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ ไม่ว่าจะเป็แนวคิดหรือความรู้นั้นเอง ซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล และพฤติกรรมทางสังคม บุคคลจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ในการกระทำทางสังคมใดๆต้องอาศัยความเชื่ออยู่ด้วยเสมอ แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อนี้จะส่งผลให้บุคคลกระทำ หรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็เป็นได้

1.3 ค่านิยม (Value) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือ เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่า วิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตัวเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติ ค่านิยมของมนุษย์ หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบ ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วว่าจะสืบต่อกันมาด้วยประเพณี ซึ่งถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วย เช่น ไม่มีการอนุญาติ ไม่มีความร่วมมือหรืออาจลงโทษอย่างเด็ดขาดตามระเบียบ กฎหมาย ดังนั้นการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์ หรือของผู้กระทำทางสังคมส่วนหนึ่งเนื่องมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว

2. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่า บุคคลอื่นในกลุ่มหรือสังคมโดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึกหรือประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้น หรือกล่าวได้ว่าความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นยึดถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2 ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่า ตนเองผูกพันที่จะต้องการกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล เนื่องจากบุคคลนั้นๆ รู้สึกว่าตนเองมีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3 การบังคับ (Forces) เป็นความเชื่อที่อยู่ภายในใจของผู้กระทำว่า ตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกว่าไม่มีทางเลือกอื่นๆ อีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง แต่ยังไม่แน่ใจว่าการกระทำนั้นดีหรือไม่ การบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

3. ปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors)

3.1 โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่า ภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจจะประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไป จึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

3.2 ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้นๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจและกระทำทางสังคมเพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้นคดขยทั่วไปแล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใดๆจะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3 การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับจากผู้อื่นในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือก ดังนั้นบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

จากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยรีคเตอร์ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัย หรือสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจ และการกระทำทางสังคมของบุคคลไว้ 10 ประการ (Reeder, 1973 : 60-74) ดังนี้

1. ในสถานการณ์การกระทำทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน ซึ่งแต่ละคนจะมีเหตุผลแต่ละอย่างในการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำ
2. บุคคลหรือองค์การตัดสินใจหรือแสดงการกระทำบนพื้นฐานของกลุ่มเหตุผล ซึ่งผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับความต้องการของเขาในสถานการณ์นั้นๆ
3. เหตุผลบางประการอาจจะสนับสนุนหรือต่อต้านการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลก็ได้
4. เหตุผลแต่ละเหตุผลในการตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำมักมีน้ำหนักที่แตกต่างกัน
5. เหตุผลที่เกี่ยวกับการตัดสินใจกระทำสิ่งใด มิใช่มาจากเหตุผลใดเหตุผลหนึ่งหรือทั้งหมด แต่เป็นกลุ่มเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นๆ
6. กลุ่มของเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นๆจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในททุกโอกาส

7. กลุ่มปัจจัยหรือเหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจกระทำทางสังคม ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

8. ในบางสถานการณ์อาจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทางเลือกที่จะตอบสนองต่อการเลือกแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์นั้น

9. ในสถานการณ์เดียวกัน แต่ละบุคคลอาจเลือกตัดสินใจแตกต่างกัน

10. เหตุผลของการตัดสินใจสามารถมองได้จากทางเลือกที่ได้เลือกแล้ว

สรุปได้ว่า การกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นของบุคคลแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกัน โดยผู้ตัดสินใจจะตระหนักดีถึงน้ำหนักของเหตุผลที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจอาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่งประการ หรือมากกว่าหนึ่งเหตุผลหรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลนั้น ก็จะมีปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ซึ่งแต่ละปัจจัย บุคคลแต่ละคนจะมีความต้องการในแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกัน บางคนมีความต้องการปัจจัยดึงดูดมาก บางคนอาจจะต้องการทั้งปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันหรืออาจจะต้องการทั้งสามปัจจัยก็เป็นได้

2.3 แนวคิดทฤษฎีผู้ประกอบการ

2.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสวงกิจ (2541: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมาและคอยดูแลระคับระคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี

ธีรยุทธ วัฒนสุขโชค (2542: 66) ได้ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆอยู่ตลอดเวลาจะต้องมีความอดทนมุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆของตนนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 39) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกันและนำสติปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

สุนทร อุจจ์ศรี (2544: 16) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร หรือเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ที่ดีตามพันธกิจในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำเอาความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งแก่กิจการ

วินิจ วีรยางกูร (2545: 20) ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจต่อ โดยที่ผู้ประกอบการคนเดิมครบเกษียณอายุตาย หรือขายกิจการ โดยที่ผู้เข้ามาใหม่นั้นจะต้องพยายามให้ธุรกิจนั้นๆ ดำเนินต่อไปและผู้ดำเนินธุรกิจในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยได้รับค่านายหน้าหรือกำไรแล้วแต่จะตกลงกัน

วิชัย โธสุวรรณจินดา (2545: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้น โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร โดยมีสิ่งที่พิจารณาเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆที่อาจเกิดขึ้น และประเมินทักษะความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

สุคนธา ปริญญาตรี (2545: 29) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

อำนาจ วีระวิช (2546: 6) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินการและเป็นผู้ดำเนินการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

แคทลิน และแมทธิว (Catlin and Matthews, 2001: 5) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่เชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือความฝันของตนโดยมุ่งมั่นที่จะทำให้ฝันของตนเป็นจริงและเมื่อเผชิญกับความผิดหวังหรือความล้มเหลว ก็จะค้นหาทางอื่นอยู่เสมอ

สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmerer, 2003: 3) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรต่างๆที่จำเป็น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยนำทุน ที่ดิน แรงงานและวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างจำกัดมาบริหารจัดการ เพื่อให้มีต้นทุนต่ำที่สุดแต่ให้ได้กำไรหรือประโยชน์สูงสุดและต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต

2.3.2 ความสำคัญของผู้ประกอบการ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 40) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ขณะที่ปัจจัยสถานะแวดล้อมต่างๆ เป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยให้เกิดความสมบูรณ์ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ และผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ตนดำเนินอยู่และการที่ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบต่องานหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านบริหาร ด้านการวางแผน ด้านแสวงหา ด้านการติดต่อกับลูกค้า ด้านการจัดหาวัตถุดิบ จัดสรรทรัพยากรและควบคุมการผลิต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเกือบทุกหน้าที่ เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร ขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและกระจายให้แก่ฝ่ายหรือแผนกต่างๆ

แม้ว่าผู้บริหารบางแผนกจะขาดความสามารถก็ไม่กระทบความสำเร็จขององค์กรมากเท่ากับการที่ผู้บริหารของธุรกิจไม่มีทักษะหรือขาดความสามารถในการบริหารการจัดการ

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ เพราะเป็นผู้ที่บริหารงานดูแลงานทั้งหมดขององค์กรรวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับองค์กร รวมทั้งเป็นผู้ที่ต้องมีความชำนาญในธุรกิจของตน เป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยง เป็นผู้ที่มีความอดทน และมีความมุ่งมั่นที่จะนำพาธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จ

2.3.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสและหาช่องทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส อย่ามัวรีรอ มิฉะนั้นจะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใดๆ
3. ต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ออกสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูง
4. ต้องเป็นคนที่ไม่ย่อท้อ มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจจะต้องประสบกับปัญหามากมาย
5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ
6. ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกลุ่มนอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคตด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน
7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากเพื่อนๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

ผุสดี รุมาคม (2544: 5 - 8) กล่าวถึงคุณลักษณะหรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ดังนี้

1. การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็นโอกาสที่จะได้กำไรและสะสมความมั่นคง ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการจะต้องคาดหวังกำไรและเผชิญกับแนวโน้มของความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

2. ผู้ประกอบการมีความพอใจส่วนบุคคลในอาชีพ ผู้ประกอบการ หรือมีแนวโน้มที่อยากจะปฏิบัติงานที่ได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นและมีความพอใจที่ได้เห็นงานสำเร็จ รักที่จะทำงานที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ตลอดเวลา

3. ครอบครัวมีส่วนในการทำให้เข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ หมายถึงการที่ครอบครัวมีธุรกิจเป็นของตนเอง ทำให้ลูกหลานรุ่นต่อไปได้เข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้จะส่งผลให้มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันพร้อมทั้งถ่ายทอดความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจของครอบครัวต่อกัน

4. ลักษณะผู้ประกอบการที่มีความเป็นอิสระและมีอำนาจในการควบคุมตนเองหรือการเป็นเจ้าของตนเองมีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลต่างๆ เข้าไปประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจและทำการตัดสินใจในงานส่วนต่างๆ ได้ และสามารถบริหารธุรกิจของตนเองได้โดยรับผิดชอบความสำเร็จหรือความล้มเหลวด้วยตนเอง

5. การเป็นผู้ประกอบการก่อให้เกิดการติดต่อทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการหลายท่านมีความรู้สึกสนุกและมีความสุขในสถานภาพสังคมแบบใหม่ที่ได้รับการนับถือจากบุคคลอื่นในสังคมเพิ่มมากขึ้น มีการติดต่อกับธุรกิจอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากอิทธิพลในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อบุคคลในการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2546: 6-8) ได้ให้ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและเป็นผู้นำในการพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นผู้ประกอบการจะมีลักษณะเป็นผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น จากลักษณะดังกล่าวจะแบ่งลักษณะผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หลายคนมักคิดว่า เงิน คือ ปัจจัยผลักดันในการเข้ามาประกอบ แต่โดยข้อเท็จจริงแล้วความต้องการความสำเร็จ ถือเป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อการจูงใจของผู้ประกอบการ ดังนั้นเมื่อพิจารณาในประเด็นนี้ เงินจึงเป็นเพียงส่วนประกอบส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จเท่านั้น

2. ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการ โดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ประกอบการ มีการควบคุมและใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้นและเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่

3. การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มหรือดำเนินการในธุรกิจของตนเองจะมีความแตกต่างกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง ย่อมจะมีความเสี่ยงทางการเงิน แต่ถ้าลาออกจางานเดิมจะต้องประสบกับความเสี่ยงในด้านอาชีพ นอกจากนี้ความเครียดและเวลาที่ทุ่มเทในการเริ่มและดำเนินธุรกิจอาจสร้างปัญหาให้กับครอบครัวได้

4. ความเชื่อมั่นในตัวเอง บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งท้าทายได้ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่เขาต้องเผชิญกับความเสี่ยงแล้ว เชื่อว่าผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ เป็นผู้ที่โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานของความจริง

5. ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด ซึ่งเป็นเสมือนจิตใจสำนึก เพราะเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้ประกอบการจะไม่ใช่เป็นผู้ที่จ้านต่อปัญหา แต่จะตอบสนองต่อปัญหาอย่างทันทีทันใด การต่อสู้กับปัญหาต่างๆที่ระดมเข้ามาเสมือนหนึ่งรู้ว่าเขาจะทำอะไรและอย่างไร

6. การมีพลังในระดับสูง ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีพลังส่วนตัวมากกว่าบุคคลทั่วไปซึ่งพลังนี้จะพบอยู่เสมอๆ ในช่วงเริ่มเปิดกิจการที่จะเห็นผู้ประกอบการได้ใช้ทั้งความพยายามทั้งหมดที่มีอยู่อย่างไม่น่าเชื่อ ทั้งความคิด ความทุ่มเท ความกระตือรือร้นและการทำงานที่หนักยาก

7. การมุ่งเน้นในอนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้น ไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นในอนาคต โดยค้นหาโอกาสและสร้างกิจกรรมของตนจากธุรกิจขนาดย่อม

8. การอดทนต่อแรงเสียดทานและความยืดหยุ่น ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แรงกดดันยิ่งมาก ยิ่งต้องมีแรงอดทนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ความสามารถในด้านความอดทนและความยืดหยุ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของผู้ประกอบการ

ช่วงเริ่มต้นกิจการ	ช่วงเติบโต
1.เป้าหมายและแผนพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น สร้างพัฒนาและเสนอความคิดสู่ตลาด	1.เป้าหมาย คือ การเติบโตแบบปกติ มีประสิทธิภาพ และกำไร รวมถึงแผนเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว
ลักษณะของผู้ประกอบการ	ลักษณะของผู้ประกอบการ
1.เนิ่นนานมากกว่าปัจจุบัน พยายามก้าวไปสู่กรอบระยะปานกลางถึงระยะยาว	1.เนิ่นนานมากกว่าปัจจุบัน พยายามก้าวไปสู่กรอบระยะปานกลางถึงระยะยาว
2.ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วยความอดทนสูงต่อแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง	2.ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วยความอดทนสูงต่อแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง
3.ความสามารถในการคิดบุกเบิกสิ่งใหม่ๆ เพื่อสนองความพอใจลูกค้า	3.ความสามารถในการฝ่าฟันอุปสรรคในช่วงเติบโตอย่างรวดเร็ว มีความชัดเจนและมีความรับผิดชอบ
4.ความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ในการประดิษฐ์คิดค้น	4.ความรู้ทางการจัดการและประสบการณ์กับคนและทรัพยากรอื่น
แบบขององค์กร	แบบขององค์กร
1.โครงสร้างแบบง่ายๆ สายการบังคับบัญชาสั้น ช่องทางการติดต่อสื่อสารในแนวระดับ	1. โครงสร้างตามหน้าที่หรือแนวคิด ตลอดจนยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารแนวระดับแบบไม่เป็นทางการ
2.อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบการ	2.มอบหมายการตัดสินใจให้กับระดับรองลงมา
3.ระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ	3.การควบคุมแบบกึ่งทางเป็นทางการ

ที่มา: อำนาจ ชีระวนิช (2546: 19)

แฮทเทน (Hatten, 1997: 31, 40) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะเป็นผู้ที่มีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจ และเห็นหนทางที่จะสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจนั้นๆ ได้
2. เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอดสาหะอดทน มุ่งมั่น ไปสู่จุดหมายของธุรกิจ ด้วยความอดทนและจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงจะพยายามใช้วิกฤติให้เป็นโอกาสเสมอ

3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ๆและมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ

4. เป็นผู้มีความรู้และใฝ่รู้ ติดตามความเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อมและปรับตัวได้ตลอดเวลา

5. เป็นผู้สร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั้นหมายถึง การมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องเป็นคนที่มีความรับผิดชอบสูง มีความกล้าเสี่ยง มีความอดทนต่อความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้น มีความอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล

2.3.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ มีดังต่อไปนี้

1. การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ

ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์ (2543: 34) หลักของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คือ เปิดโอกาสให้ลูกน้องได้ใช้ความคิดริเริ่มของตนบ้าง ให้คนงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขององค์กร เพราะฉะนั้นการคิดริเริ่มของคนงานทุกคน จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์กรเข้มแข็งขึ้น โดยแผนงานและข้อเสนอต่างๆจะเป็นเครื่องช่วยให้คนแสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มดังกล่าวได้

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ว่า สามารถคิดนอกกรอบได้โดยไม่ซ้ำแนวทางกับผู้อื่นที่เคยปฏิบัติมาแล้ว สานฝันให้ประสบความสำเร็จ

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่ม คือ ความคิดริเริ่มทุกอย่างต้องมีการประเมินความเสี่ยง ประเมินขนาดลักษณะธรรมชาติของงาน ความสามารถที่จะทำให้สำเร็จตามความคิด ความเสี่ยงเฉพาะตัวและประเมินกิจกรรมน่าจะทำให้เกิดผลอะไร นอกจากนี้ บุคคลก็ต้องยืดหยุ่นที่จะทำให้ความคิดของตนเกิดเป็นโครงการวิจัย

สรุปได้ว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หมายถึง มีความคิดริเริ่มให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ๆ ให้เกิดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล และมีความคิดริเริ่มที่ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน

2. ความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2544: 373) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง คือ เงื่อนไขหนึ่งซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดสิ่งที่ห้กเห ในทางตรงกันข้ามจนมีผลทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เป็นที่คาดหวังไว้ สถานการณ์ของธุรกิจขนาดย่อมจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานต้องตกอยู่ภายใต้ภาวะความเสี่ยงหลายอย่างด้วยกัน จนอาจมีผลทำให้กิจการต้องสูญเสียสินทรัพย์และศักยภาพของกำไร ซึ่งสินทรัพย์ในที่นี้ มิใช่เฉพาะแต่สินค้ำคงคลัง สิ่งก่อสร้างและเครื่องจักรเครื่องมือเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคลากรและชื่อเสียงของกิจการอีกด้วย

ภัทรกิตต์ เนตินิยม (2546: 228) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียในฐานะของผู้ประกอบการ

วีรุช มาฆะศิริรานนท์ (2546: 129) ได้ให้ความหมายของการกล้าเสี่ยง คือ อันตรายหรือความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้ โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ ความไม่แน่นอนเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์ความกล้าเสี่ยง จึงเป็นการประเมินวัดความสามารถที่จะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้งบประมาณ เวลาและเทคโนโลยีที่จะใช้รวมถึงภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาพการณ์แวดล้อมขององค์กรตลอดจนวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความกล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน แต่นักธุรกิจที่ดีต้องวางแผนให้การดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงที่น้อยลงและต้องตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท

สรุปได้ว่า กล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ มีการวางแผนการดำเนินงาน กล้าลองในสิ่งแปลกใหม่ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหาร กล้าเสี่ยงในการขยายกิจการ มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการลงทุนและการขยายกิจการ

3. ความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ

กัตติญญ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 10) ได้ให้ความหมายของความชำนาญทั้งในทักษะวิชาชีพและทักษะด้านบริหารไว้ว่า การเริ่มต้นประกอบการต้องอาศัยการลงมือลงแรงของเจ้าของเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ความสามารถเชิงวิชาชีพจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้และในการบริการจะทำให้ธุรกิจฝ่าฟันอุปสรรคอยู่รอดและเจริญเติบโตได้

สรุปได้ว่า ความชำนาญ หมายถึง ความรู้ความชำนาญในการประกอบกิจการ มีทักษะในการบริหาร มีการบริหารด้วยความมั่นคงและปลอดภัยในทรัพย์สิน โดยพิจารณาจากความสามารถและความชำนาญในการทำงานของลูกจ้างที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ โดยการบริหารงานที่ตรงตามจุดประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

4. ความมุ่งมั่นทะเยอทะยานของผู้ประกอบการ

กัตติญญ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของการมีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการมีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต อันเป็นพลังผลักดันให้ผู้ประกอบการลุกขึ้นมาดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยความต้องการของผู้ประกอบการนั้นสังเกตได้อย่างชัดเจนว่า จะไม่เหมือนกับความต้องการของคนธรรมดาทั่วไป นอกจากนั้นยังต้องอดทนกับอุปสรรคนานัปการที่ถาโถมเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน หมายถึง ความอดทนกับอุปสรรคต่างๆ มีความมานะพยายามและผลักดันให้บรรลุความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานในด้านความตั้งใจเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ต้องการเป็นที่ยอมรับและมีเกียรติของสังคม ต้องการให้องค์กรหรือบริษัทมีความมั่นคงและสามารถสร้างกำไรได้ มีพลังผลักดันดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย มีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีความต้นตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ

5. ความขยันขันแข็งในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของการขยันขันแข็ง คือ ความสามารถในการทำงานหนักและการทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ ความสำเร็จไม่ได้มาถึงในเวลาอันสั้น ผู้ประกอบการบางคนใช้เวลาครึ่งชีวิตในการสร้างธุรกิจให้เป็นปึกแผ่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ บุคคลที่ไม่ล้มเลิกอะไรง่าย ๆ แม้จะล้มเหลวหลายครั้งก็ตาม

สรุปได้ว่า ความขยันขันแข็ง หมายถึง การทำงานด้วยความทุ่มเทไม่ย่อท้อ มีความกระตือรือร้นและความขยันหมั่นเพียร ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ นานา มีความเพียรพยายามและมีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความมานะ อดทน กล้าหาญ เชื่อสัจธรรม ตั้งใจจริงในการทำงาน

6. ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ประกอบการ

อำนาจ ชีระวิช (2544: 7) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นในตนเอง คือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยเมื่อเห็นปัญหาที่ต้องเผชิญกับความเลวร้ายแล้ว เชื่อว่ามีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในตนเองนั้น จะมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและเป็นผู้นำในเชิงไปในทางมองโลกในแง่ดี เกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานของความ เป็นจริง

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณ์ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า ผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงมากและเชื่อมั่นว่าความสำเร็จจะเป็นของผู้ที่ตั้งใจมั่นอย่างแท้จริง

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า เป็นแรงขับ คือ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะยื่นหยัดเพื่อบางสิ่งบางอย่าง ทำในสิ่งที่ถูกต้อง ด้วยเหตุผลที่เหมาะสม แบ่งปันความเชื่อ ความมั่นใจ และเหตุผลในการทำสิ่งนั้นกับผู้อื่นเพื่อให้รู้ถึงทิศทางและขอบเขตงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีการบริหารอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง มีการทำงานด้วยความตั้งใจเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีการ

บริหารด้วยความยุติธรรม มีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ เป็นผู้นำที่มองโลกในแง่ดี เพื่อความสำเร็จในชีวิต มีความสามารถในการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง มีความเด็ดขาดกับตนเองและผู้อื่น สามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพได้

7. ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงานของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 11) ได้ให้ความหมายของความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงานว่า ความสำเร็จเกิดจากความพากเพียรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องบังเกิดจากผู้ประกอบการที่มีนิสัยขยันหมั่นเพียรและปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานคนอื่น

สรุปได้ว่า ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน หมายถึง มีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นคนตรงต่อเวลาเสมอ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ศึกษาค้นคว้างานที่จะต้องทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

8. ความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤตของผู้ประกอบการ

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 12) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤตของผู้ประกอบการที่ดีต้องมองว่า การเปลี่ยนแปลง คือ โอกาสที่จะเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ๆ และต้องสามารถใช้โอกาสในการเปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์ได้

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2457: 196) ได้ให้ความหมายของการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ คือ ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การรู้จักฉวยโอกาสเป็นสิ่งที่จำเป็น คนเราต้องรู้จักปรับปรุงการตอบสนองของตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์ในการนำโอกาสที่ได้มานั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเองมากที่สุด

สรุปได้ว่า ความสามารถในการหาโอกาสในวิกฤต หมายถึง สามารถปรับเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งแปลกใหม่ การรู้จักฉวยโอกาสปรับปรุงในสิ่งที่ดีเสมอหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จในภายหลัง สร้างจุดแข็งและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ การใช้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาคุณภาพของ

การปฏิบัติงาน นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

2.3.5 บทบาทของผู้ประกอบการ

สุพิชา พฤทธิสารกร (2548: 53) กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะปฏิบัติภารกิจในบทบาท
ดังต่อไปนี้

1. บทบาทของนักลงทุน เนื่องจากการเริ่มกิจการส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการมี
ความมั่นใจในความคิดตนเองแต่ไม่มีผู้ร่วมทุน ทำให้การลงทุนในกิจการครั้งแรกต้องเป็นเงิน
ส่วนตัว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้กล้าเสี่ยงกล้าลงทุน เพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อสังคม โดย
พิสูจน์ความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

2. บทบาทของผู้จัดการ แม้ว่ากิจการที่ตั้งขึ้นจะเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก แต่ในฐานะ
ผู้ประกอบการจำเป็นต้องประกอบภารกิจในฐานะผู้จัดการเพื่อให้สามารถดำเนินการตาม
เป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการ
จัดการและต้องพยายามสร้างสมประกอบการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย

3. บทบาทของผู้นำ โดยปกติธุรกิจขนาดเล็กมักจะจ้างบุคคลเข้ามาทำงานตามความ
เหมาะสมขององค์กร ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างชัดเจน โดยต้อง
เป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบันและผลักดันให้เกิดการ
ทำงานเป็นทีม โดยอาศัยศิลปะการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญกำลังใจ อีกทั้งพัฒนาลูกน้อง
ให้เติบโตก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย

4. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม เมื่อผู้ประกอบการได้เริ่มธุรกิจเพื่อช่วยเหลือและทำ
ประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภคในเชิงเศรษฐกิจแล้ว หากว่ากิจการเติบโตและขยายตัวออกไป
นอกจากจะเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำ
เพื่อรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ดำเนินธุรกิจเพียงมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียวหรือทำธุรกิจที่ก่อให้เกิด
ผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่อง
จากสังคมและการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการนั้นมีบทบาทอยู่หลายบทบาทด้วยกัน โดยการแสดงออกแต่
ละบทบาทนั้นต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้แสดงบทบาทในแต่ละ
สถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม เพราะบางสถานการณ์นั้นผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงบทบาท
เพียงบทบาทเดียว อาจจะต้องแสดงบทบาทหลายๆบทบาทในสถานการณ์เดียวกันก็ได้ ดังนั้น

ผู้ประกอบการจะต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ให้รอบคอบเพื่อที่จะแสดงบทบาทในสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสมมากที่สุด

2.3.6 บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543: 45) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้บ่มเพาะหรือการหล่อหลอม หรือเกิดจากการฝึกหัดฝึกลง

สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmer, 1996: 6) ได้อธิบายบุคลิกภาพของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคลิกภาพของผู้ประกอบการไม่ใช่เพียงลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ แต่เป็นทัศนคติและลักษณะพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจซึ่งบุคลิกภาพผู้ประกอบการนั้นจะถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรมและถูกส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์ (2542: 4-6) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของเจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จไว้ 4 ประการ คือ มีเป้าหมายอยู่ในใจ มีพลังสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นใจตัวเองและมีจิตใจแน่วแน่

ธีรุต วัฒนาสุโข (2542: 6) ได้กล่าวถึงลักษณะ 10 ประการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จควรมีดังต่อไปนี้

1. มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่จะนำพาสู่การพัฒนาในธุรกิจต่อไป
2. มีความกล้าตัดสินใจ รวมถึงมีวิจารณญาณที่แม่นยำ
3. มีการตัดสินใจอย่างเฉียบขาดแม่นยำและมีความสามารถในการสั่งการและนำแผนงานไปปฏิบัติได้อย่างล้นไว
4. มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน
5. มีความทุ่มเทให้กับธุรกิจของตนอย่างเต็มที่
6. มีความรักชอบธุรกิจของตนเป็นการเฉพาะตัว

7. มีความช่างสังเกตและใส่ใจในรายละเอียดต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจใหม่
8. ไม่ย่อท้อต่อโชคชะตา มีความคิดว่าตนเองเป็นผู้กุมชะตาชีวิตและชีวิตกิจของตนไว้ในมือ
9. ไม่ได้คาดหวังในเรื่องผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นใจในการจัดตั้งธุรกิจของตน มองเพียงแค่ผลพลอยได้จากความสำเร็จของธุรกิจของตนมากกว่า
10. มีการกระจายความรับผิดชอบและสร้างความรู้สึกร่วมกันให้กับพนักงานที่มีความสามารถและให้ความสำคัญกับธุรกิจของตน

ถาวร และชนะเวช ศรีสุขะโต (2543: 26) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ริเริ่มประกอบกิจการที่คล้ายคลึงกันว่า ต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ชอบทำงานกับผู้เชี่ยวชาญ เมื่อเผชิญปัญหาที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ที่มองการณ์ไกล และมักจะมองเห็นปัญหาล่วงหน้า
2. มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง ไม่สูงหรือต่ำเกินไป
3. เป็นนักแก้ปัญหา เป็นผู้นำโดยธรรมชาติ ชอบค้นหาทางเลือกในการแก้ปัญหา สามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล ไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจ
4. หลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ เพราะการใช้อารมณ์ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ไม่ดี
5. มีความกระตือรือร้น ร่างกายมีความยืดหยุ่นและสุขภาพดี
6. มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เชื่อในทักษะและความสามารถของตนเอง คิดว่าพฤติกรรมของตนเองสามารถเปลี่ยนสถานการณ์ได้ ไม่เชื่อในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง หลีกเลี่ยงบิดเบือนความจริงที่จะขัดต่อความสำเร็จของธุรกิจ
7. สามารถทำงานหนักและเห็นงานเป็นชีวิตจิตใจ

นอกจากนี้ยังได้แบ่งบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จออกเป็นหลายประเภท ดังต่อไปนี้

1. นักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ในขณะที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด
2. นักคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะหาหนทางที่ดีกว่าในการทำงานต่างๆ

3. นักแก้ปัญหา สามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจและสามารถแก้ไข ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มักจะมองหาทางเลือกต่างๆเพื่อแก้ไขปัญหารู้ว่าจะต้องประเมินทางเลือก อย่างไรเพื่อนที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวได้ง่ายที่สุด
4. นักคิดที่มีเหตุผล ไม่กลัวที่จะยอมรับว่าตัวเองทำผิดและยอมรับการปรับปรุงด้วย วิธีที่ดีกว่า
5. นักบริหารตามวัตถุประสงค์ จะต้องมีการวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ มักจะ สรรหาหนทางที่ดีที่สุดอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การทำงานสำเร็จตามเป้าหมาย
6. พนักงาน ชอบทำกิจกรรม และต้องทำให้สำเร็จ เวลาส่วนตัวจะเป็นเวลาทำงาน ไปด้วยและทำทุกอย่างที่ทำได้
7. นักควบคุม ผู้ประกอบการชอบที่จะควบคุมงานและควบคุมตัวเอง รู้ว่าตนเอง กำลังทำอะไรอยู่ สามารถทำงานคนเดียวได้ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

มุสตี รุมาคม (2544: 14-17) ได้กล่าวถึงการวิจัยหนึ่งที่ได้ศึกษาพบความสัมพันธ์ ระหว่างความสำเร็จกับคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพโดยทั่วไปของผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ แรงผลักดัน ความสามารถด้านสติปัญญา ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถด้าน การติดต่อสื่อสาร และความรู้ด้านเทคนิคและยังได้ระบุความสามารถเพิ่มเติมอีก 2 ด้าน คือ การ ตัดสินใจและความคิด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แรงผลักดัน หมายถึง แรงจูงใจให้บุคคลทำงานหรือพยายามในการทำงาน ซึ่ง ประกอบไปด้วย คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ เช่น ความรับผิดชอบ ความกระฉับกระเฉง ความคิด ริเริ่ม ความเพียรพยายามและความทะเยอทะยาน
2. ความสามารถด้านสติปัญญาที่ประกอบไปด้วยความฉลาด (IQ) ความ สามารถใน ด้านความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมต้องใช้ ความฉลาดอย่างมีเหตุผล ต้องสามารถปรับการกระทำของเขาให้เข้ากับความต้องการของธุรกิจ ในสถานการณ์ต่างๆกัน และต้องสามารถวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะเข้าไป เกี่ยวข้องกับปัญหาและสถานการณ์เหล่านั้น
3. ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้าและพนักงาน โดยประกอบด้วยความมั่นคงทางอารมณ์ ความสามารถในการเข้าถึงคน การรู้จักผ่อนหนักผ่อนเบา

4. ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร คือความสามารถที่จะติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรและการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา การติดต่อสื่อสารที่ดี หมายถึง ผู้ส่งและผู้รับเข้าใจซึ่งกันและกัน

5. ความรู้ด้านเทคนิค หมายถึง ทักษะด้านการประกอบการในการทำงานร่วมกับสิ่งต่าง ๆ รวมถึงความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ

6. ความสามารถด้านการตัดสินใจ หมายถึง ทักษะในการคัดเลือกการดำเนินการซึ่งเป็นที่น่าพอใจจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อที่จะนำทางธุรกิจ ผู้ประกอบการประเมินโอกาสต่างๆ ซึ่งได้มีการรับรู้และพยายามที่จะทำการตัดสินใจ ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจตระหนักถึงการเติบโตที่จะต้องมียู่ออย่างต่อเนื่องตลอดไป

7. ความสามารถด้านความคิด หมายถึง ทักษะของผู้ประกอบการในการเข้าใจองค์การ โดยส่วนรวมของธุรกิจและการที่หน่วยงานแต่ละหน่วยรวมตัวเข้าด้วยกัน เป็นเสมือนส่วนทั้งหมดที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เฟรชเชอร์ (Frese, 2000: 18-19) ได้สรุปบุคลิกภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะความเป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ หรือมีความจำกัด ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองยังจะมีความสามารถในการเป็นตัวของตัวเองในการต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ๆ ได้

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ การกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมาก รวมทั้งความกล้าเสี่ยงอาจมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainly Avoidance)

4. ความแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นสูงจะพยายามทำให้ธุรกิจของตนล้ำหน้าหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

5. ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีความมั่นคง ไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์หรือผิดหวัง ท้อแท้กับความผิดพลาด แต่จะนำประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้และพัฒนาปรับปรุงให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหนทางสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประเมินหนทางหรือทางเลือกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างมากที่สุด

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของแต่ละคนนั้นมีความสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้ประกอบอาชีพผู้ประกอบการ เพราะว่าบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลนั้นจะแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละคน ซึ่งจะหล่อหลอมให้แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการบางคนอาจจะมีบุคลิกภาพที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพในด้านมีความเป็นตัวของตัวเองสูงก็อาจเป็นไปได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม

2.4.1 ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ และสุนี เลิศแสงกิจ (2541: 2) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการ โดยผู้ประกอบการไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น

วีระวุธ มาฆะศิริานนท์ (2543: 14) ได้ให้ความหมายของธุรกิจย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศยังไม่มีหน่วยงานหรือสถาบันใดกำหนดได้อย่างชัดเจน แต่ที่คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ได้แก่

1. มีการบริหารงานอย่างอิสระ โดยปกติแล้วตัวผู้จัดการมักจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นอยู่ด้วย
2. เจ้าของธุรกิจและเงินทุนมักจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียวหรืออาจเป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่มาร่วมลงขันกัน

3. พื้นที่ปฏิบัติการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นจะอยู่ในบริเวณท้องถิ่นต่างๆ ทั้งเจ้าของและคนทำงาน ส่วนใหญ่ก็จะอาศัยอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น แต่ที่สำคัญการตลาดของผลิตภัณฑ์กลับเปิดกว้างออกไปทั่วประเทศหรือทั่วโลก

4. การกำหนดแบ่งขนาดธุรกิจไว้อย่างชัดเจน ตายตัว จึงจะเรียกว่าธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ซึ่งถ้าอยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกันก็อาจจะพอเปรียบเทียบกันไป กับธุรกิจนานาประเทศแล้ว ธุรกิจขนาดย่อมของประเทศธุรกิจหนึ่งอาจจะกลายเป็นขนาดกลางในธุรกิจประเภทอื่นก็เป็นไปได้

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง (2543: 14-15) ได้ให้ความหมายของขนาดของสินทรัพย์ถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าเป็นสินทรัพย์ถาวรที่ไม่ใช่ขนาดของทุนจดทะเบียน เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการประเมินมูลค่าและกำหนดขนาดของกิจการที่จะมีส่วนสัมพันธ์กับระดับของการได้รับการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุนและการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจตามพระราชบัญญัติ ดังตารางแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

ประเภทกิจการ	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. การผลิต	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50
2. การค้า		
2.1 ค้าส่ง	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50
2.2 ค้าปลีก	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 30
3. การบริการ	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50

ที่มา : พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ (2543: 15)

วรรณรถ แสงมณี (2544: 15) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัดและบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงานบ้างเล็กน้อย

กัตญูญ หิริญญสมบุรณฺ (2547: 1) ได้ให้ความหมายของกิจการขนาดย่อม นอกเหนือ ปัจจัยด้านจำนวนพนักงานและจำนวนเงินทุนแล้ว คณะกรรมการพัฒนาระดับเศรษฐกิจ (The Committee for Economic Development หรือ CED) แห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้การจำกัดความลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมว่า ธุรกิจขนาดย่อมจะต้องมีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 2 ประการ จากลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของจะบริหารงานเอง
2. เงินทุนในการดำเนินการค่อนข้างจำกัด เพราะมาจากเงินทุนของผู้ประกอบการเอง หรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มบุคคลเล็กๆ
3. ขอบเขตการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในพื้นที่ท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น
4. ธุรกิจขนาดเล็กมีผลกระทบต่อธุรกิจภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่้น้อยมาก

สุธรรม รัตนโชติ (2548: 56) ได้ให้ความหมาย คำว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล มีการบริหารด้วยตนเองโดยเงินทุนไม่มาก เป็นธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 50 คน เป็นธุรกิจที่เจ้าของมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเองและไม่เป็นธุรกิจนำ (leading business) ในธุรกิจประเภทเดียวกัน

แบทแมนและสก็อต (Batman & Scott 1999: 51) ได้ให้ความหมายว่า ถ้ามีจำนวนคนไม่เกิน 100 คน ให้ถือเป็นธุรกิจขนาดย่อม

สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัดและบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง

2.4.2 รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม

คีริออร์ ชันธหัตถ์ (2547: 20-25) ได้แบ่งรูปแบบของกิจการได้ ดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (Sole proprietorships) เป็นกิจการขนาดย่อมที่ดำเนินงานโดยบุคคลเดียวเป็นผู้รับผิดชอบงานทั้งหมด โดยไม่ได้จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและเป็นบริษัทจำกัด

2. กิจการประเภทห้างหุ้นส่วน (Partnerships) เป็นกิจการประเภทห้างหุ้นส่วน จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ คือ

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงวาจาหรือลายลักษณ์อักษรในการลงทุนร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรและขาดทุนที่เกิดจากกิจการนั้นๆ ผู้เป็นหุ้นส่วนจะมีกี่คนก็ได้ แต่ต้องมีอย่างน้อย 2 คนและหุ้นส่วนทั้งหมดจะต้องมีสัญชาติไทย ทั้งนี้สามารถจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลได้เรียกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนถือเป็นบุคคลตามกฎหมายมีสิทธิการดำเนินการได้ตามกฎหมาย

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกิดจากการจดทะเบียน ประกอบด้วย 2 หุ้นส่วน คือ

2.2.1 หุ้นส่วนจะเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ที่จำกัดความรับผิดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงนำมาลงทุนให้ห้างหุ้นส่วน นอกเหนือจากนี้ไม่ต้องรับผิด หุ้นส่วนประเภทนี้เรียกว่า หุ้นส่วนจำกัดความรับผิด ซึ่งจะลงทุนด้วยแรงงานในการประกอบกิจการ ไม่ได้

2.2.2 หุ้นส่วนประเภทที่รับผิดในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนจะมีกี่คนก็ได้ ซึ่งจะเรียกว่าหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิด

สรุปได้ว่า รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง การจัดตั้งรูปแบบขององค์กรขึ้นไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันบริหารกิจการ ซึ่งสามารถจัดตั้งได้หลายรูปแบบ ผู้ประกอบการจะต้องทำการจดทะเบียนจัดตั้งและดำเนินงานภายใต้การควบคุมดูแล ซึ่งได้มีการออกกฎหมายควบคุมดูแลและคุ้มครองสิทธิต่างๆ โดยองค์กรธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย เช่น การเสียภาษี การจัดทำบัญชีการเงิน เป็นต้น

2.4.3 ประเภทธุรกิจขนาดย่อม

ฉันทูพันธ์ เจริญนันท (2542: 12-15) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้เป็น 5 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) เป็นธุรกิจที่เปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในการแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการอุตสาหกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งที่ใช้เครื่องจักรในการแปรรูปหรือใช้แรงงานและฝีมือในการแปรรูป เช่น โรงงาน ร้านอาหารพร้อมปรุง การทำหัตถกรรม เป็นต้น

2. ธุรกิจเหมืองแร่ (Mining) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่ วัตถุดิบจากพื้นดินทั้งที่เป็นโลหะหรืออโลหะทุกชนิดทุกประเภท

3. ธุรกิจค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการโดยขายสินค้าต่อให้คนกลาง ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนครั้งละมากๆ แต่ไม่ขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือเป็นการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรมในปริมาณครั้งละมากๆ เช่น การค้าส่งอะไหล่ เครื่องนุ่งห่ม เวชภัณฑ์ เป็นต้น

4. ธุรกิจค้าปลีก (Retail) หมายถึง ธุรกิจซึ่งขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และจะเป็นคนกลางระหว่างผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้ายและกิจกรรม ทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย

5. ธุรกิจบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมที่จำหน่ายสินค้าในรูปบริการให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้ผลิต ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ไม่มีตัวตน มักถูกบริโภคในขณะเดียวกับที่ผลิตขึ้นมาเป็นสินค้าที่ จำต้องไม่ได้ถูกใช้แล้วหมดไปมักเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการศึกษา การคมนาคมขนส่ง การ ติดต่อสื่อสาร การบริการข้อมูล ความบันเทิง กีฬาและการเงิน เป็นต้น

กัตญญู หิรัญสมบุรณ์ (2547: 4) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่และปัจจัยนำเข้าต่างๆ มา ผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการ ประกอบการของธุรกิจการผลิตที่เป็นขนาดย่อมจะเป็น โรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคงไม่มีการใช้เทคโนโลยี ก้าวหน้าไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำเนินการอยู่ได้ด้วย การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าประจำหรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (niche market) และจะสามารถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานผู้ประกอบการและครอบครัวในการ ดำเนินงาน นอกจากนี้ธุรกิจการผลิตขนาดย่อมนั้นยังเป็นแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบให้แก่ ธุรกิจขนาดใหญ่ โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งจะสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าจากธุรกิจขนาดย่อมหลาย ประเภทแตกต่างกันไป เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่มีความเจริญเติบโตขึ้น ย่อมสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ดีแก่ ธุรกิจขนาดย่อมด้วยเช่นกัน

2. ธุรกิจการจำหน่าย เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องทางการจำหน่ายทั้งที่ เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านขายเสื้อผ้า และร้านขายข้าวสารอาหารแห้งในตลาดประจำจังหวัด ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมาก เป็นธุรกิจการจำหน่าย โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตสินค้ามากๆ ร้านค้าส่งและปลีก

เหล่านี้จะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งไปถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกท้องถิ่นทุกภูมิภาค โดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ภูมิประเทศหรือสายสัมพันธ์กับบุคคลในถิ่นเดียวกัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ขยายตลาดอย่างกว้างขวาง โดยไม่ต้องลงทุนสร้างสำนักงานขายของผู้ประกอบการ

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยบริการที่ไม่มีตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจให้บริการมีอยู่มากมายหลากหลายชนิดเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากแต่ต้องอาศัยแรงงาน และฝีมือของบุคลากร เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักรีด สำนักงานบัญชีและกฎหมาย ร้านทันตแพทย์ คลินิกรักษาโรค สำนักงานจัดหางาน บริษัทขายและพนักงานทำความสะอาด สถานพยาบาลคนชราและดูแลเด็กเล็ก ฯลฯ ธุรกิจให้บริการเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะบุคคลของพนักงานจะขยายตัวได้ยากและมีผลผลิตค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความต้องการการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการบางแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ด้วยและปรากฏว่าในปัจจุบันธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น

สรุปได้ว่า ประเภทของธุรกิจขนาดย่อมมีอยู่หลายประเภทที่สำคัญและเกี่ยวกับธุรกิจการผลิต ธุรกิจการให้บริการ ธุรกิจการจำหน่ายและธุรกิจอื่นๆ ที่สำคัญ เพราะประเภทของธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่มีการแปรรูป และให้ความสำคัญของการบริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด

2.4.4 ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม

ชาลูนัย อาจินสมาจาร (2545: 4-5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ธุรกิจขนาดย่อมถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทที่สำคัญในการทำประโยชน์แก่ผลผลิตของประเทศ ตลอดจนการก่อให้เกิดการจ้างงานแก่ประชาชน

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 4-5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมว่าแม้จะมีขนาดเล็กแต่ก็มีจำนวนมากและกระจัดกระจายไปทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างงานใหม่ ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นง่าย จึงมีส่วนสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจของตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจคนที่ต้องว่างงานมักจะหัน

มาเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมได้ง่ายและธุรกิจขนาดย่อมเองในไม่ช้าก็อาจเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นักประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักเริ่มต้นการผลิตและการขายด้วยธุรกิจขนาดย่อมก่อนที่จะขยายกิจการออกไปเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ผลิตโดยธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ ยาแก้โรคเบาหวาน ยาเพนนิซิลิน หลอดสุญญากาศ การอัดรูป เครื่องบินเจ็ท เฮลิคอปเตอร์ ฟิล์มถ่ายภาพสีและปากกาลูกลื่น เป็นต้น

3. การเพิ่มการแข่งขัน การที่มีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นธุรกิจขนาดย่อมจึงมีส่วนเพิ่มระดับการแข่งขันในทางเศรษฐกิจ

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยธุรกิจขนาดย่อมจะมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนกิจการขนาดใหญ่ในด้านต่าง

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในกิจการที่ต้องการความประณีตและใช้ฝีมือ ธุรกิจขนาดย่อมจะทำให้ดีกว่าและถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

กัตญญู หิรัญญูสมบูรณ์ (2547: 5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมเพิ่มการว่าจ้างแรงงานในระบบเศรษฐกิจ โดยช่วยสร้างงานใหม่ให้พนักงานตามกลยุทธการเข้าสู่ธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานให้ธุรกิจขนาดใหญ่

2. เป็นแหล่งที่มาของประดิษฐ์กรรมใหม่ของตลาดจำนวนมากถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาราคาแพงแต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมได้นวัตกรรมใหม่หลายอันบังเกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อม เช่น รถสามล้อเครื่องหรือเรือหางยาว เป็นต้น

3. ส่งเสริมการแข่งขันเสรี กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด เพราะการที่ระบบเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาดใหญ่เพียงไม่กี่รายจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้า ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อผู้บริโภคและสังคมส่วนรวม นอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมยังสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่หลากหลาย ทั้งด้านคุณภาพและราคาทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและความต้องการที่แตกต่างกันของคนทุกกลุ่มได้รับการตอบสนองอย่างทั่วถึง

4. ธุรกิจขนาดย่อมมักมีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจขนาดใหญ่ด้านการกระจายสินค้าการป้อนวัตถุดิบและการบริการ โดยอยู่ในวงจรของธุรกิจขนาดใหญ่

ลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า (dealer) เป็นตัวแทนจำหน่ายช่วยบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตลาดผู้แต่ละพื้นที่

5. ช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านสติปัญญาและความมานะพยายามของบุคคลทั้งตัวผู้ประกอบการและพนักงานที่จะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีเงินทุนน้อย บุคลากรที่ทำงานก็จะมีจำนวนจำกัด อิทธิพลในตลาดก็มีน้อย การประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมจึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญแต่เกิดจากความสามารถที่แท้จริงของทรัพยากรบุคคลของประเทศชาติเป็นสำคัญ

6. ช่วยกระจายรายได้และความรู้ความชำนาญให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ในประเทศไปถึงชุมชนท้องถิ่นต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งเท่ากับช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศชาติด้วย

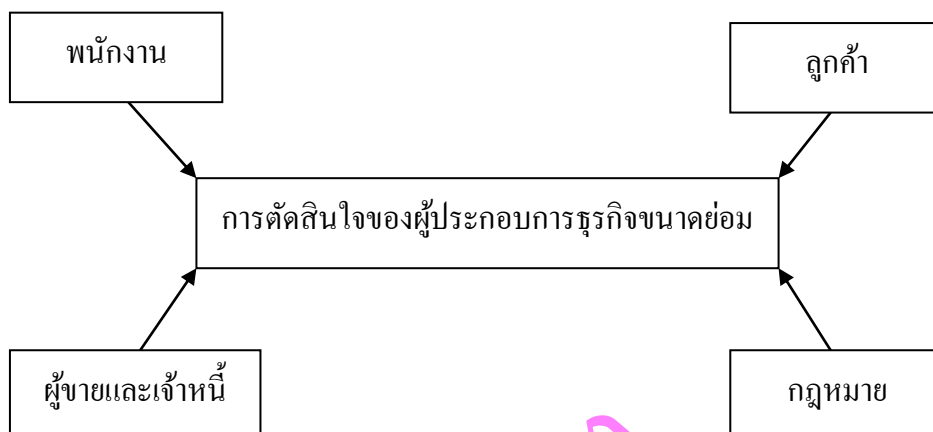
สรุปได้ว่า ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึงธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานทั่วไปและธุรกิจขนาดย่อมมีเทคโนโลยีระดับปานกลาง แต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อมได้

2.4.5 ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

มุสตี รุมาคม (2540: 15-22) ได้ให้ความหมายของการที่บุคคลบางคนตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจขนาดย่อมนั้นจะต้องมีเหตุจูงใจบางประการ ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นต้องการประกอบธุรกิจของตนเองมากกว่าการทำงานรับจ้างให้ผู้อื่น ธุรกิจขนาดย่อมมีข้อเสียเปรียบและข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

1. ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

1.1 ความเป็นอิสระ การประกอบธุรกิจของตนเองนั้นมีความอิสระ เจ้าของธุรกิจสามารถกระทำการสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาทางธุรกิจ เจ้าของธุรกิจจะตอบคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ทำได้ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้มีอิสระที่จะทำอะไรได้ตามใจชอบเสมอ เพราะจะต้องปฏิบัติตามความต้องการของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมด้วย เช่น การทำให้ลูกค้าพอใจ การปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้และผู้จำหน่ายสินค้า การพิจารณาความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงานและการเคารพกฎหมายที่กระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมถูกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ดังภาพ



รูปที่ 2.13 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการขนาดย่อม

ที่มา : ศุภศิริ รัมมาคม (2540: 15-22)

1.2 การตัดสินใจ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมเป็นผู้ตัดสินใจทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้บริหารของธุรกิจขนาดใหญ่จะต้องเสนอเรื่องต่างๆ ให้ผู้บริหารของบริษัทขนาดเล็กสามารถตัดสินใจอย่างตรงจุด ซึ่งการกระทำเช่นนี้เป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญเป็นพิเศษ ในกรณีที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

1.3 กำไรเปรียบเสมือนเงินเดือน สิ่งจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม คือ การเป็นนายและทำงานเพื่อผู้ประกอบการ ดังนั้น กำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานของธุรกิจจึงเปรียบเสมือนรางวัลอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งสามารถทำกำไรได้มากที่สุดเพราะว่ากำไรจะเป็นเงินทุนแก่เจ้าของผู้ประกอบการซึ่งช่วยให้ครอบครัวมีความสุขความสบายเป็นอยู่ที่ดี

1.4 ความคล่องตัวและความไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีความคล่องตัวมากกว่าการเป็นพนักงานของธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น เวลาทำงานของพนักงานอาจจะยืดหยุ่นได้มากกว่าการทำงานในบริษัทใหญ่

1.5 สายการติดต่อสื่อสารสั้น ธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว ดังนั้นการติดต่อแบบเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในการออกคำสั่งหรือการอภิปรายปัญหาที่สัมพันธ์กับธุรกิจจึงมีทางเป็นไปได้ ความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารแบบหนึ่งต่อหนึ่งช่วยลดหรือกำจัดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารเป็นจำนวนมากที่บริษัทขนาดใหญ่ประสบอยู่ได้เป็นอย่างมาก

1.6 การติดต่อใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้าเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะสร้างสรรค์และรักษาความสัมพันธ์ในการทำงานที่สามัคคีกลมเกลียวกับพนักงาน เนื่องจากธุรกิจมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว การปฏิบัติต่อกันโดยตรงระหว่างผู้บริหารและพนักงานสามารถเป็นไปได้และโดยความสัมพันธ์นี้ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของพนักงานได้มากขึ้น

1.7 การเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย ลักษณะที่ดึงดูดอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียว คือ การที่บุคคลหนึ่งสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการในการประกอบธุรกิจ คือ ทำเลที่ตั้ง ใบอนุญาตประกอบกิจการและเงินทุนจำนวนหนึ่ง การเข้าไปประกอบธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจะไม่มีข้อจำกัดอื่นเลย

1.8 การประกอบการอยู่ในตลาดขนาดเล็กได้ ธุรกิจขนาดย่อมสามารถประกอบการอยู่ในตลาดเล็ก เช่น ตลาดในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่ไม่สามารถทำได้เพราะว่าต้องมีการขายสินค้าในปริมาณมากในตลาดขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดย่อมสามารถผูกขาดตลาดที่มีอยู่ได้ โดยใช้ความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับลูกค้า ซึ่งช่วยให้ทราบความต้องการของท้องถิ่นนั้นเป็นอย่างดี

2. ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม คือ

2.1 การจัดหาเงินทุนธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงภัยจากการสูญเสียเงินทุนของผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสของความอยู่รอดน้อยกว่า ดังนั้น โอกาสของการได้รับเงินทุนและสินเชื่อจึงมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2.2 การขาดความสามารถและความลึกซึ้งทางการบริหาร เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จัดตั้งจากบุคคลใดก็ได้ที่มีเงินทุนเริ่มแรก ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีความเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยบุคคลที่ขาดการศึกษา การฝึกอบรมและบุคลิกภาพที่จำเป็นซึ่งเป็นที่ต้องการเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

2.3 ความยากลำบากในการได้และรักษาตัวบุคคลเป็นจำนวนมาก พอใจที่จะทำงานธุรกิจขนาดใหญ่ที่เสนอค่าจ้างให้สูงกว่า มีผลประโยชน์พิเศษอย่างอื่นมากกว่าและมีความมั่นคงในการทำงานมากกว่า ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้

2.4 ปัญหาส่วนตัวอื่น ๆ เช่นร้านขายของชำ เล็กๆ สามารถแข่งขันกับร้านซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทางโทรศัพท์และจัดส่งสินค้าไปให้หรือโดยการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อมากกว่า แต่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมต้องประสบกับความ

ยากลำบากในการได้รับความช่วยเหลือและการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากและมีความวิตกกังวลอยู่ตลอดเวลา

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2542: 29) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมว่า โดยทั่วไปจะมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากความสามารถในการแสวงหาช่องทางตลาดมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและระบบบริหารเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็มีต้นทุนในการปรับตัวต่ำและมีการดำเนินที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย

ตารางที่ 2.3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดย่อมและธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดย่อม	ธุรกิจขนาดใหญ่
1. โดยทั่วไปเจ้าของกิจการจะเป็นผู้จัดการเอง	1. เจ้าของกิจการไม่บริหารงานด้วยตนเอง มักจ้างนักบริหารหรือมืออาชีพมาเป็นผู้จัดการ
2. ดำเนินกิจการอยู่ภายใต้ท้องถิ่นของตนหรือมีสาขาไม่มาก	2. มีการดำเนินธุรกิจอย่างกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศ
3. การจัดองค์การเป็นแบบง่าย ๆ	3. การจัดตั้งองค์การมีความซับซ้อน
4. ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว	4. การจัดตั้งส่วนใหญ่อยู่ในรูปบริษัทหรือบริษัทมหาชน
5. เจ้าของกับลูกจ้างมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	5. เจ้าของกิจการอาจไม่สามารถรู้จักใกล้ชิดกับพนักงานเนื่องจากมีพนักงานมากหรือมีสาขาอยู่ห่างไกลกัน
6. มีความเสี่ยงในการที่จะประสบความล้มเหลวได้มาก	6. มีความเสี่ยงต่อการล้มเหลวน้อย
7. เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารงานในด้านต่างๆของกิจการเกือบทั้งหมด คือทำงานหลายอย่างหลายหน้าที่	7. มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดแยกเฉพาะความสามารถของแต่ละคน

ที่มา : สมชาย หิรัญภักดี (2542 : 12)

สรุปได้ว่าข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม คือ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันปัญหาการว่างงาน ปัญหาการกระจายรายได้ไม่เสมอภาคและปัญหาการผูกขาดในการดำเนินธุรกิจ นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดในบรรดาปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญอยู่ธุรกิจขนาดย่อมนับเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยลดหรือช่วยจัดปัญหาเหล่านี้ลงได้ เพราะธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากมายทำให้สามารถกระจายความเป็นเจ้าของไปยังประชาชนส่วนใหญ่ได้เป็นช่องทางความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการชนิดใหม่ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการมากขึ้น เป็นพลังสำรองไม่ให้เกิดการผูกขาด ในการดำเนินธุรกิจและมักใช้ขบวนการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานมากกว่าธุรกิจที่มีขนาดใหญ่

ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมจึงจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของเรา ธุรกิจขนาดย่อมจัดตั้งได้ง่าย มีความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ตนเองอยู่รอดได้และพยายามพัฒนาตัวเองขึ้นให้แข็งแกร่งพอที่จะสามารถยืนหยัดต่อสู้กับภารกิจขนาดใหญ่ธุรกิจขนาดย่อมที่มีคุณภาพจะทำให้ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ได้อย่างมั่นคงเมื่อธุรกิจนั้นมีความเติบโตก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างมากมายก็จะช่วยเพิ่มพูนผลผลิต ซึ่งเป็นผลก่อให้เกิดรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น มีงานทำมากขึ้นช่วยเศรษฐกิจของประเทศโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งธุรกิจขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว

2.5 ประวัติตลาดไท

ในอดีต จากจุดเริ่มต้นบนผืนดินที่รกร้างว่างเปล่ากว่า 450 ไร่ พัฒนาสร้างพื้นฐานอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกกลายเป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ครบวงจร และสมบูรณ์แบบที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองรับธุรกิจสินค้าเกษตรครบครัน และครอบคลุมปีแล้วปีเล่าที่ตลาดไทมุ่งมั่นพัฒนาทางกายภาพ การให้บริการ ส่งเสริมกลไกการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยความเป็นธรรม และเท่าเทียม เพื่อมอบประสบการณ์ประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเกษตร ความคุ้มค่า สะดวกสบาย ได้มาตรฐานปลอดภัย ภายใต้ปรัชญาที่มุ่งเน้นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่คู่ค้าเกษตรกร และผู้บริโภค สร้างความหลากหลายและแตกต่าง เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการซื้อขายสินค้าและบริการแบบครบวงจร ณ ตลาดไทที่เดียว (One-Stop-Shopping) โดยจะมุ่งมั่นพัฒนา และก้าวต่อไปไม่หยุดนิ่งสรรค์สร้างสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภค

ปัจจุบันตลาดไทเป็นตลาดกลางสินค้าการเกษตรแห่งประเทศไทย เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร บนเนื้อที่กว้างขวางกว่า 500 ไร่ ทำให้ 'ตลาดไท' ถูกออกแบบให้ยิ่งใหญ่ กว้างขวาง และสะดวกสบาย แตกต่างจากตลาดกลางแบบเก่าอย่างสิ้นเชิง ด้วยการแบ่งตลาดออกเป็นสัดส่วน ตามประเภทของสินค้าที่หลากหลาย ทำให้สามารถรองรับปริมาณ สินค้าหมุนเวียนได้วันละกว่า 15,000 ตัน เปิดบริการ 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งตลาด ไท

- เพื่อลดค่าใช้จ่ายการตลาดของสินค้าการเกษตร
 - เพื่อให้สินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดอย่างสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
 - เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการส่งเสริม และผลักดันให้เกิดการจัดเกรดคุณภาพ
 - มาตรฐานสินค้าและการบรรจุหีบห่อ
 - เพื่อเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตอย่างเป็นธรรมและมีระบบเช่น การประมูล
 - การซื้อขาย เป็นการป้องกันผูกขาดหรือการเอารัดเอาเปรียบของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
 - เพื่อให้เกิดการพัฒนาจนถึงขั้นการส่งออกทั้งสินค้าสดและสินค้าเกษตรแปรรูปไปยังต่างประเทศ



รูปที่ 2.14 พื้นที่ก่อนก่อตั้งตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ.2538 – 2539 พลิกฟื้นแผ่นดินที่ว่างเปล่า

พลิกฟื้นแผ่นดินที่ว่างเปล่ากว่า 450 ไร่ ริมถนนพหลโยธิน ใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มุ่งสร้างตลาดไทให้เป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรที่ สมบูรณ์แบบ และใหญ่ที่สุด ในประเทศไทย



รูปที่ 2.15 ตลาดไทเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2540-2541 เปิดดำเนินการตลาดไทอย่างเป็นทางการ

เปิดดำเนินการตลาดไทอย่างเป็นทางการ ด้วยออกแบบและจัดแบ่งพื้นที่การค้า ตามประเภทสินค้า เพื่อความสะดวก คล่องตัวสำหรับการค้า จึงก่อกำเนิดของ อาคารส้ม อาคารผลไม้รวม อาคารผัก อาคารตลาดสด ลานผักและลานผลไม้ฤดูหนาว



รูปที่ 2.16 อาคารพาณิชย์ในตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2542 – 2544 สร้างตลาดเป็นชุมชน ด้วยอาคารพาณิชย์

จุดเริ่มต้นของอาคารพาณิชย์รายรอบโครงการตลาดไท คือการสร้างตลาดให้เป็นชุมชน และแหล่งการค้าอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งขยายพื้นที่การค้าเพิ่มจำนวนตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ อาทิ อาคารข้าวสาร อาคารแดงโม อาคารปลาน้ำจืด ลานต้นไม้ และ อาคารสัตว์เลี้ยง

พ.ศ. 2545 – 2546 ต่อยอดธุรกิจ ตอบสนองความต้องการลูกค้า
 ต่อยอดธุรกิจและตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยการเปิดอาคาร ปลูกน้ำจืด อาหาร
 ทะเล และอาคารขนม-ของแห้ง

พ.ศ.2547 – 2548 พลิกวิกฤตเป็นโอกาสจากไข้หวัดนก

จากวิกฤตไข้หวัดนกปลายปี 2546 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การเลี้ยงสัตว์ อาหาร
 และส่งออก รวมถึงคนไทยไม่กล้าบริโภคไก่ และไข่ไก่ ดังนั้นเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้ลูกค้าของเรา ตลาดไทจึงร่วมมือจากบริษัทส่งออกชั้นนำเปิดร้านค้า จำหน่ายเนื้อไก่ คุณภาพในตลาดไทขึ้น
 และนั่นคือ จุดเริ่มของโซนเนื้อสัตว์ คุณภาพ และอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป



รูปที่ 2.17 อาคารตลาดสดตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2549 - 2550 เพิ่มศักยภาพ รองรับกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น

สร้างโครงหลังคาคลุมลานผักที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพื่อให้ลูกค้าทุกท่าน (ผู้ค้า
 ผู้ซื้อและเกษตรกร) ได้รับความสะดวกสบาย สามารถช่วยยืดอายุของผลผลิต และคงคุณภาพของ
 สินค้าให้สดใหม่ก่อนถึงมือผู้บริโภค ปรับปรุงอาคารตลาดสด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้
 ซื้อ โดยการจำแนกประเภทของสินค้าชัดเจน และรับรางวัลตลาดสดน่าซื้อ 5 ดาว เปิดอาคารดอกไม้
 ขนาดใหญ่ รวมถึง แพลาน้ำจืด อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด ศูนย์มือถือ และไอที

พ.ศ. 2551 - 2552 ปรับขยายพื้นที่ เพื่อประโยชน์สูงสุด
 ปรับและขยายพื้นที่ ลานต้นไม้ อาคารสัตว์เลี้ยง ศูนย์ประดับยนต์ เพื่อรองรับกำลังซื้อ
 และความต้องการจำนวนแพคเกจที่เพิ่มขึ้นจากผู้ค้า



รูปที่ 2.18 กองทุนรวมตลาดไท

ที่มา : www.talaodthai.com ความเป็นมา

พ.ศ. 2553 – 2554 เสริมความแข็งแกร่งองค์กร ด้วยกองทุนรวม ตลาดไท
 เพื่อเสริมความแข็งแกร่งขององค์กรและเตรียมพร้อมการขยายงานในอนาคต ตลาดไทจึง
 จัดตั้งกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ (TTLPF) โดยเริ่มซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาด
 หลักทรัพย์เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2553 นอกจากนั้น ตลาดไทดำเนินการขยายพื้นที่ ลานผลไม้
 ฤดูหนาว และอาคารสินค้า อูปกอค-บริโกค เพื่อรองรับกำลังซื้อและความต้องการของผู้ค้าที่เพิ่มขึ้น
 อย่างต่อเนื่อง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

พินคำ โลहितเสถียร (2541) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของ
 หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ศึกษาเฉพาะกรณีของบริษัทการบินไทย (มหาชน) พบว่า

1) หัวหน้าพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ประสบการณ์ และระดับ
 การศึกษาที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2) หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง

3) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่อำนาจและแรงจูงใจ โดยรวมของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001

ชนิดา เพชรทองคำ (2542) ศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาศาสน์อุดมศึกษาเอกชน พบว่า แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่ออันดับแรก รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านอาชีพ แรงจูงใจด้านความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้อง แรงจูงใจด้านการปรับตัวเข้ากับสังคม และแรงจูงใจด้านคุณภาพอาจารย์ ตามลำดับ

เปรมจิตร ศิริสานต์ (2542) ศึกษา เรื่อง องค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยวิเคราะห์องค์ประกอบหลักโดยหมุนแกนแบบอโรคอนอลด้วยวิธีแวกซ์ ได้องค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อ 9 องค์ประกอบ คือ ด้านการพัฒนาตนเองตามสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่ ด้านการยอมรับในสถาบัน ด้านความก้าวหน้าของชีวิต ด้านความต้องการการศึกษาตลอดชีวิต ด้านลักษณะเฉพาะของสถาบันเกี่ยวกับการวางแผนหลักสูตร ด้านการพัฒนาตนเองตามค่านิยมของสังคม ด้านลักษณะของสถาบันที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษา และด้านความต้องการเป็นแบบอย่างของการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ โดยผลงานวิจัยพบว่า นักศึกษาปริญญาโทมาเรียนที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้วยองค์ประกอบของแรงจูงใจ ด้านการพัฒนาตนเองตามสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่และด้านการยอมรับในสถาบัน ด้านความก้าวหน้าของชีวิต ด้านความต้องการการศึกษาตลอดชีวิต ด้านการพัฒนาตนเองตามค่านิยมของสังคม ด้านลักษณะเฉพาะของสถาบันที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษาและด้านความต้องการเป็นแบบอย่างของการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ตามลำดับ

เปรมชัย สโรบล (2542) ศึกษา เรื่อง เหตุจูงใจในการศึกษาต่อโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าของนักเรียนเตรียมทหาร พบว่า เหตุจูงใจ 6 ด้าน คือ ด้านลักษณะของสถาบัน ด้านสังคมด้านเกียรติยศชื่อเสียง ด้านการประกอบอาชีพ ด้านความสนใจของตนเอง และด้านการทำตามความต้องการของผู้อื่น เป็นเหตุจูงใจในระดับมาก นักเรียนเตรียมทหารที่มีระดับคะแนน

เฉลี่ยสะสมต่างกัน ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา มารดา รายได้ของครอบครัว และการ ได้รับความรู้เกี่ยวกับ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าต่างก็มี แรงจูงใจในการศึกษาต่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน

อัจฉรา หอมจรรยา (2545) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิต ใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของบัณฑิตใหม่ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ลักษณะองค์กรที่มุ่งหวัง ทำงาน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในงาน โอกาสในการแสดงความรู้ ความสามารถ โอกาสในการพัฒนาตนเองและ ความมีชื่อเสียงของ หน่วยงาน

พล เหลืองรังสี (2546) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับ ปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตน โกสินทร์ พบว่า แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตน โกสินทร์มีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ คือ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านลักษณะของสถาบัน ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้านสังคมและด้าน เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัชรีย์ บุตรศรี (2546) ศึกษา เรื่อง ระดับแรงจูงใจของบุคลากร โรงพยาบาลชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ข้าราชการและลูกจ้างมีระดับแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจในระดับสูง ($x=3.63.58$ ตามลำดับ) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ แรงจูงใจด้านปัจจัยอนามัยอยู่ในระดับปานกลาง ($x=3.33.3.45$ ตามลำดับ) และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.0011$) ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจในการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุของกลุ่มข้าราชการในด้านปัจจัย ส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทั้งด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ได้แก่ การอบรมเกี่ยวกับการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาลของทั้งสองกลุ่ม ส่วนอายุของกลุ่มลูกจ้าง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพ โรงพยาบาล

อนุวัฒน์ วิรัตน์จิตา (2546) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 จังหวัด พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุ 25-30 ปี มีสถานภาพสมรสแล้วอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีอัตราเงินเดือน 12.001-18.000 บาท 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 จังหวัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่าพนักงานมีแรงจูงใจภายในมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดย 3 อันดับแรกของแรงจูงใจภายใน คือ มีความตั้งใจทำงานเพราะมีความรู้สึผูกพันกับงานที่ทำอยู่ มีความตั้งใจทำงานเพราะเห็นว่างานมีค่ามีความรู้ความสามารถที่จะทำงานของท่านได้ดี รองลงมาคือแรงจูงใจภายนอก เป็นอันดับที่ 2 โดย 3 อันดับแรกของแรงจูงใจภายนอก คือ เลือกรับงานในธนาคารนี้เพราะธนาคารจัดสวัสดิการให้พนักงานในเรื่องลาภกิจ ลาป่วย ลาหยุด ลาพักร้อนประจำปีตามกฎหมายด้านแรงงาน อยากทำงานเพราะธนาคารมีสวัสดิการต่างๆ ให้ เช่น โบนัส เงินช่วยเหลือบุตร ค่าครองชีพ เงินช่วยเหลือบุตรอื่นๆ มีความตั้งใจทำงานเพราะมองเห็นโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมแตกต่างกัน

กุสุมา จ้อยช้างเนียม (2547) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย พบว่า พนักงานสำนักงานใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูงและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านงานอันเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานมีความแตกต่างเมื่อเทียบตามอายุอายุงาน และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านงาน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในรายได้และสวัสดิการและด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

แสงอรุณ วสุวานนท์ (2547) ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โรงแรม รัตนโกสินทร์ พบว่า 1) พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.8 เป็น เพศหญิง ร้อยละ 44.0 มีอายุระหว่าง 18-30 ปี ร้อยละ 63.2 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 35.2 มีประสบการณ์การปฏิบัติงาน 1-5 ปี ร้อยละ 74.2 มีเงินเดือนอยู่ช่วงระหว่าง 5,000-7,000 บาท 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจภายในมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะ พบว่า แรงจูงใจภายในอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ตั้งใจปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จและแรงจูงใจภายในของเป็นอันดับสอง โดยเฉพาะ พบว่า แรงจูงใจภายนอกในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ตั้งใจทำงานเพราะมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงาน/เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ เพียงพอใช้งานได้ดี 3) ผลการทดลองสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

วรพจน์ สิงหราช (2548) ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างปัจจัยจูงใจค่าจูงกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูใน โรงเรียนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยจูงใจ-ค่าจูง ของข้าราชการครูในโรงเรียนขนาดเล็กและโรงเรียนขนาดใหญ่ อยู่ในระดับมาก
2. โรงเรียนขนาดเล็ก มีปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน และด้านการยอมรับนับถือสูงสุดตามลำดับ ส่วนโรงเรียนขนาดใหญ่มีปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติสูงสุดตามลำดับและ โรงเรียนขนาดเล็กมีปัจจัยค่าจูงด้านสถานะทางอาชีพ ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในหน่วยงานสูงสุดตามลำดับ ส่วนโรงเรียนขนาดใหญ่มีปัจจัยค่าจูงสถานะทางอาชีพด้านความเป็นส่วนตัวและด้านความสัมพันธ์กับชุมชนตามลำดับ

เวย์น และคณะ (Wayne et al., 1999) ศึกษา เรื่อง บทบาทของภูมิความรู้ความชำนาญ แรงจูงใจและการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ในการทำนายถึงความสำเร็จในอาชีพในด้านการขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง และความพึงพอใจในอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ หัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชาจำนวนทั้งสิ้น 245 คน ผลการวิจัย พบว่า ทูมนมนุษย์ แรงจูงใจและการสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพด้านความพึง

พอใจในอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในด้านความปรารถนาที่ จะต้องการเลื่อนขั้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่านั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพใน การขึ้นเงินเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ใน ด้านการเป็นผู้นำการและเปลี่ยนระหว่างผู้นำและผู้ตามนั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความสำเร็จในอาชีพทั้ง 3 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

วรรณ ฉายาวัฒน์ (2544) ศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมใน อุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ปานเกณฑ์การประเมินว่าประสบ ความสำเร็จในธุรกิจ โดยก่อตั้งกิจการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 หรือก่อนหน้านั้นและสามารถผ่าน วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศมาได้และยังดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน และมีลูกค้าตั้งแต่ 1-50 คน วงเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 30 คน ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะ ผู้ประกอบการด้านความมั่นคง และใฝ่ใจในการเรียนรู้ความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จใน การดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และภูมิความรู้ความชำนาญในด้าน ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนภูมิความรู้ ความชำนาญในด้านจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา และความชำนาญในวิชาชีพ

วลีมาศ แซ่อึ้ง (2544) ศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะ ของบัณฑิตสถาบันราชภัฏคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการในหน่วยงาน/สถานประกอบการ ภาครัฐบาล ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนในหน่วยงาน/สถานประกอบการขนาดเล็ก ขนาด กลางและขนาดใหญ่ ที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในสาขาวิชา การศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาศิลปศาสตร์ใน 4 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้าน คือ 1) ด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ 2) ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ 3) ด้าน บุคลิกภาพ และ 4) ด้านคุณธรรม จริยธรรมและการมีวินัย

ภาสกร เข้มประเสริฐ (2545) ศึกษา เรื่อง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 205 คน พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำ นั้น มีภูมิหลังในด้านเพศ และระดับช่วงอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้น มีอัตราส่วนจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิง ถึงร้อยละ 53.6 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการต่ำเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพียงร้อยละ 20.8 ในเรื่องของอายุนั้น แม้ว่าอายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ ระดับช่วงอายุของทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้น มีระดับช่วงอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี ร้อยละ 70.5 แต่กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการต่ำ นั้น มีระดับช่วงอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี เพียงร้อยละ 53.5

สถิต นิยมญาติ (2546) ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มีจุดประสงค์ คือ มุ่งศึกษาลักษณะของบุคคลหรือผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ หรือตัวบ่งชี้ต่อไปนี้ ซึ่งสรุปได้ 5 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คุณภาพของการบริการและลักษณะของการให้บริการ จรรยาบรรณของนักธุรกิจ มนุษย์สัมพันธ์ และจิตวิญญาณของการบริการ ความกล้าเสี่ยงและการตัดสินใจที่แน่วแน่ การมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่ตนทำอยู่เป็นอย่างดี และความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และการมีวิสัยทัศน์

สิทธิโชค ขำเมือง (2547) ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ความต้องการของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 148 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ f-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยคือ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรม รองลงมา ได้แก่ คุณลักษณะที่พึง

ประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านวิชาการและวิชาชีพ ตามลำดับ 2) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ด้วยความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 3) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ด้วยความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

คลอดาและเพอเวิล (Chorda & Perales, 1997) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหญิง จำนวน 172 คน พบว่า ผู้ประกอบการหญิงที่มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจจะประสบผลสำเร็จในธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการหญิงที่ไม่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจสอดคล้องกับ เว็สเพอร์ ที่ศึกษาถึง ความสำเร็จในธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของธุรกิจที่กำลังริเริ่มกิจการกับธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว พบว่า ประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับผลกำไร

วัตสันและนิวบี (Watson and Newby, 2005) ศึกษา เรื่อง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันตกของออสเตรเลีย จำนวน 673 คน โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับความถี่สัมฤทธิ์ แนวโน้มความกล้าเสี่ยง และความมีนวัตกรรม โดยพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเพียงเรื่องเดียว คือ เพศชายมีแนวโน้มความถี่สูงกว่าเพศหญิง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจขนาดย่อม เพื่อต้องการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะที่ดี มีความสามารถในการทำงาน ความคล่องแคล่ว ว่องไว เฉลียวฉลาด ไหวพริบดีมีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความเป็นผู้นำในการประกอบธุรกิจ และรู้จักประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงานหรือปฏิบัติงานในธุรกิจของตน

2.6.3 งานวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จ

อูษณีย์ สุนทรโรทก (2539) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนขาย ประกันชีวิต ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 273 คน ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพ การสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.0.5 ส่วนอายุและคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ประสบการณ์ขายประกันชีวิตเต็มเวลา ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ความพึงพอใจในอาชีพ ทักษะที่ดีต่อบริษัทและความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนขายประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.0.5

อนันต์ รุ่งพ่องศรีกุล (2541) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน ความพึงพอใจในงาน และแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์การของผู้แทนขายยาในโรงพยาบาลของ องค์การเอกชนที่ทำงานเต็มเวลาจำนวน 259 คน โดยผลการวิจัย พบ ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผล ต่อความสำเร็จในงาน ได้แก่ อายุ สาขาวิชาที่จบ การศึกษาและประสบการณ์ในงาน แต่สถานภาพ สมรส และความต้องการสัมฤทธิ์ผล ไม่มีผลต่อความสำเร็จในงาน

นาบี (Nabi, 1999) ศึกษา เรื่อง รูปแบบความแตกต่างของตัวแทนระหว่างความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและเชิงอัตนัย โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงาน ทำงานเต็มเวลาทางตอนเหนือของประเทศอังกฤษ จำนวน 723 คน ผลการวิจัย พบ ว่าพนักงานที่มีความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยในระดับสูงจะมีลักษณะที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง ทำงานใน องค์การที่มีความก้าวหน้าในอาชีพ และคำนึงถึงบทบาทการทำงานของตนเอง ส่วนพนักงานที่มีความสำเร็จในความก้าวหน้าและมีความปลอดภัยมั่นคง

อึบี่ และคณะ (Eby, et al, 2005) ได้ศึกษา ทบทวนเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับตัว ทำนายความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัยจำนวนทั้งสิ้น 1,401 เรื่องจากการทบทวนงานเอกสาร และงานวิจัย พบว่า งานวิจัย ได้แบ่งประเภทของตัวทำนาย ความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัยและเชิงอัตนัยออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ทุนมนุษย์ การสนับสนุน จากองค์การข้อมูลส่วนบุคคล และตัวแปรทางจิตวิทยา ความแตกต่างระหว่างบุคคลและจะ ประเมินความสำเร็จในอาชีพทั้งเชิงปรนัยและเชิงอัตนัย โดยความสำเร็จอาชีพเชิงปรนัย นั้น

ประเมินจากระดับเงินเดือนและการเลื่อนตำแหน่ง ส่วนความสำเร็จเชิงอัตนัยนั้น ประเมินจากความรู้สึกพึงพอใจในอาชีพ ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวทำนายทั้ง 4 ประเภท และความสำเร็จในอาชีพ พบว่า ทุมนมนุษย์(ได้แก่ จำนวนชั่วโมงการทำงาน การมีส่วนร่วมในการทำงาน ระดับการศึกษา การวางแผนอาชีพสัมพันธ์ภาพทางสังคม) และข้อมูลส่วนบุคคล (ได้แก่ สถานภาพสมรส) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัย ส่วนการสนับสนุนจากองค์กร (ได้แก่ การสนับสนุนในอาชีพโอกาสในการได้รับการฝึกฝนทักษะหรือการฝึกอบรม) และตัวแปรทางจิตวิทยาความแตกต่างระหว่างบุคคล (ได้แก่ บุคลิกภาพด้านการมีสติรับผิดชอบ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพแบบควบคุมเหตุการณ์ และการใช้อำนาจควบคุมภายในตนเอง) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัย

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยมีการศึกษาตั้งแต่ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ (แบ่งตามอาคาร) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระดับแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม และการศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี นอกจากนี้ยังได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อระดับของการเกิดแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมและแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสามารถแสดงขั้นตอนของการศึกษาวิจัยได้ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบของการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 สมมุติฐานในการวิจัย
- 3.8 เทคนิคการให้คะแนน
- 3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.10 การวัดระดับตัวแปร

3.1 รูปแบบของการศึกษา

รูปแบบของการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้มีการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริง และข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้อง ของข้อค้นพบและข้อสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยและอัตนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในที่นี้ ได้มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอยู่บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.2.2 วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ทำการศึกษาสามารถประมาณการจำนวนของผู้ประกอบการได้ จึงเลือกใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 125)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 N = ขนาดของกลุ่มประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้คำนวณเมื่อ
 $N = 2,000$ หน่วย และ $e = 0.05$

$$n = \frac{2,000}{1 + 2,000 * (0.05)^2}$$

$$= 333.3 \approx 333 \text{ หน่วย}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เท่ากับ 333 หน่วย

จากการประมาณการจำนวนของผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการประมาณ 2,000 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 333 หน่วย โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ระดับ คือ การเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เก็บกลุ่มตัวอย่างในทุกอาคาร/ลานสินค้า และ การเลือกตามที่มีอยู่ (Accident Sampling) เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดไท แบ่งออกมากกว่า 20 อาคาร/ลานสินค้า ซึ่งมีความหลากหลายมากและมีสัดส่วนจำนวนของผู้ประกอบการไม่เท่ากันในแต่ละอาคาร โดยผู้ทำการวิจัยได้เลือกจำกัดขอบเขต เลือกเฉพาะอาคารและลานสินค้าที่สำคัญๆจำนวน 20 อาคาร/ลานสินค้า จากผู้ประกอบการทั้งหมดของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้แก่

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. อาคารส้ม | 2. อาคารผักและลานผัก |
| 3. ลานพีชไร้ | 4. อาคารผลไม้รวม |
| 5. ลานผลไม้ตามฤดูกาล | 6. อาคารข้าวสาร |
| 7. อาคารตลาดสด / ตลาดสดปลาซ่า | 8. อาคารปลาน้ำจืด |
| 9. อาคารแดงโม | 10. อาคารอาหารทะเล |
| 11. อาคารผลไม้แพ็ค | 12. อาคารประดับยนต์ |
| 13. อาคารของแห้งและแปรรูป | 14. อาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค |
| 15. อาคารต้นไม้ | 16. อาคารสัตว์เลี้ยง |
| 17. อาคารมือถือและไอที | 18. อาคารดอกไม้ |
| 19. อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด | 20. อาคารพาณิชย์ |

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

3.3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย วารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.3.2 กำหนดทฤษฎีการวิจัย ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและค้นหาทฤษฎีสันับสนุน

3.3.3 กำหนดตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มาจากการกำหนดตัวแปร

3.3.4 ให้คำนิยามศัพท์ (Operation Definition) ซึ่งได้มาจากการกำหนดตัวแปร

3.3.5 นำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างแบบสอบถาม เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.3.6 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าว ไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาและแก้ไข เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยนำข้อคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิมาคิดเป็นคะแนน โดยใช้ IOC (Index of item objective congruence) โดยวิธีการคิดค่า IOC มีดังนี้

- +1 คือ ข้อความถูกต้อง ตรงตามวัตถุประสงค์
- 0 คือ ไม่แน่ใจว่าข้อความถูกต้องหรือไม่
- 1 คือ ข้อความไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

สูตรในการหาค่า IOC คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการคิดค่าคะแนน IOC นั้น ค่าถามที่ดีจะมีค่า IOC ที่ เข้าใกล้ 1 มากที่สุด แต่ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรปรับปรุงแก้ไข ซึ่งในการคิดคะแนน IOC ของแบบสอบถามดังกล่าว มีค่าคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 0.7 คะแนน และมากที่สุดคือ 1 คะแนน จึงถือว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ ถึงอย่างไรก็ตามในแบบสอบถามข้อที่ไม่ถึง 1 คะแนนนั้น ผู้ทำการวิจัยจะทำการแก้ไข เพื่อให้คำถามเข้าใจได้ง่ายขึ้น และมีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

3.3.7 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความถูกต้องและเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3.8 นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้

(Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองกับผู้ประกอบการที่มีลักษณะและคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกไว้จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความเชื่อถือของข้อมูลที่จะได้จากแบบสอบถาม โดยคิดค่า Reliability ของปัจจัย 5 ด้าน คือ ด้านปัจจัยดึงดูด ด้านปัจจัยผลักดัน ปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ด้านความต้องการ

ความสำเร็จ และด้านความต้องการอำนาจ โดยมีค่า Reliability = 0.719 ซึ่งถือว่าเพียงพอแล้วสำหรับแบบสอบถามนี้

3.3.9 นำแบบสอบถามหลังที่ทำการปรับปรุงแก้ไขไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย แบบสอบถามที่มีคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยจะมีคำตอบให้ผู้ที่ถูกถามเลือก และให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น ตามลำดับของแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด ประกอบไปด้วยคำถาม 12 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม จำนวน 3 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็นข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

ข้อ 1 ปัจจัยดึงดูด แบ่งเป็น 4 ข้อย่อย

ข้อ 2 ปัจจัยผลักดัน แบ่งเป็น 5 ข้อย่อย

ข้อ 3 ปัจจัยด้านความสามารถ แบ่งเป็น 6 ข้อย่อย

ส่วนที่ 3 การศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้จำนวน 2 ข้อซึ่งแบ่งออกเป็นข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

ข้อ 1 ความต้องการความสำเร็จ แบ่งเป็น 5 ข้อย่อย

ข้อ 2 ความต้องการอำนาจ แบ่งเป็น 4 ข้อย่อย

ส่วนที่ 4 คือ ข้อเสนอแนะ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานีนั้น แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย มาจาก 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เนื่องด้วยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งในส่วนนี้ของข้อมูลนี้ ได้มาจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 หน่วย

ตามที่ได้คำนวณไว้ โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในส่วนของข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย หนังสือ เอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมไว้ก่อนแล้ว

3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.6.1 ตัวแปรต้นในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

3.6.2 ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors), ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factor)
2. แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และ ความต้องการอำนาจ (Need for Power)

3.7 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 6 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 22 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 23 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 24 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 25 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 26 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 28 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 29 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 30 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

3.8 เกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามเรื่อง แรงงูใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี จำนวน 12 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งใช้คำถามที่มีลักษณะปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของไลเคอร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ตัวเลือก ดังต่อไปนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับของแรงงูใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของคำถาม โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{สูตรอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักของคำถามการศึกษาในระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำของสังคม และการศึกษาในระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ มีดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย
4.21 – 5.00	ระดับของแรงจูงใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับของแรงจูงใจมาก
2.61 – 3.40	ระดับของแรงจูงใจปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับของแรงจูงใจน้อย
1.00 – 1.80	ระดับของแรงจูงใจน้อยที่สุด

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นจะนำข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. การหาค่าความถี่ (Frequency)
3. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
4. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
5. การทดสอบสมมุติฐาน

3.10 การวัดระดับตัวแปร

3.10.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะมีการวัดระดับตัวแปรด้วยวิธีทางสถิติพื้นฐาน คือ หาค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าความถี่ (Frequency)

3.10.2 การศึกษาระดับแรงจูงใจ ทางด้านการกระทำทางสังคม และการศึกษาระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในส่วนนี้ จะมีการวัดตัวแปร ด้วยวิธีทางสถิติพื้นฐาน คือ หาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.10.3 การทดสอบสมมติฐาน จะมีการนำเอาในส่วนของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหมายถึง ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มาทดสอบสมมติฐานกับระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม และระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ เพื่อทดสอบว่า ความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลให้เกิดระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม และระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้หรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการในบริเวณตลาดไท โดยแบ่งออกตามอาคารต่างๆ 20 อาคาร ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพื้นฐาน คือ การหาค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าคะแนนเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถสรุปผลและนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	144	43.2
หญิง	189	56.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเป็นเพศชายจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29	31	9.3
30-39	87	26.1
40-49	129	38.7
50 ปีขึ้นไป	86	25.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 40-49 ปี จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ อายุ 30-39 ปี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ อายุ 20-29 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	48	14.4
สมรส	231	69.4
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	54	16.2
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 231 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมา คือ สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.2 และ สถานภาพโสด จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	102	30.6
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	99	29.7
ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.	48	14.4
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	84	25.2
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ต่ำกว่า จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมา คือ การศึกษาระดับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.7 การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 และระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	13.8
30,000-50,000 บาท	113	33.9
50,001-100,000, บาท	113	33.9
100,001 บาท ขึ้นไป	61	18.3
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000-50,000 บาท และ 50,001-100,000, บาท มีจำนวนเท่ากัน คือ 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	59	17.7
6-10 ปี	143	42.9
11-15 ปี	95	28.5
16 ปีขึ้นไป	36	10.8
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการอยู่ที่ 6-10 ปี จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบกิจการอยู่ที่ 11-15 ปี จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ระยะเวลาในการประกอบกิจการ 1-5 ปี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ จำแนกประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ (แบ่งตามอาคาร)

ประเภทสินค้า (แบ่งตามอาคาร)	จำนวน	ร้อยละ
อาคารส้ม	17	5.1
อาคารผักและลานผัก	41	12.3
ลานพีชไร่	12	3.6
อาคารผลไม้รวม	16	4.8
ลานผลไม้ตามฤดูกาล	15	4.5
อาคารข้าวสาร	6	1.8
อาคารตลาดสด/ตลาดสดปลาซ่า	55	16.5
อาคารปลาน้ำจืด	10	3.0
อาคารแตงโม	9	2.7
อาคารอาหารทะเล	6	1.8
อาคารผลไม้แพ็ค	5	1.5
อาคารประดับยนต์	5	1.5
อาคารของแห้งและแปรรูป	10	3.0
อาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค	8	2.4
อาคารต้นไม้	9	2.7
อาคารสัตว์เลี้ยง	8	2.4
อาคารมือถือและไอที	7	2.1
อาคารดอกไม้	10	3.0
อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด	17	5.1
อาคารพาณิชย์	64	20.1
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จากการสุ่มเก็บกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในแต่ละอาคาร ส่วนใหญ่ผู้ทำการวิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการในอาคารพาณิชย์ จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.1 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการในอาคารตลาดสดและตลาดสดปลา จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 ผู้ประกอบการในอาคารผักและลานผัก จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้ประกอบการในอาคารสินค้าเบ็ดเตล็ดและอาคารส้ม มีจำนวนเท่ากันคือ 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.1 ผู้ประกอบการในอาคารผลไม้รวม จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8 ผู้ประกอบการในลานผลไม้ตามฤดูกาล 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ประกอบการในลานพืชไร่ 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้ประกอบการในอาคารปลาน้ำจืด อาคารของแห้งและแปรรูป และอาคารดอกไม้ มีจำนวนเท่ากันคือ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ผู้ประกอบการในอาคารเตียงนอน และอาคารต้นไม้ มีจำนวนเท่ากันคือ 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ผู้ประกอบการในอาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค และอาคารสัตว์เลี้ยงมีจำนวนเท่ากันคือ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ผู้ประกอบการในอาคารมือถือและไอที จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 ผู้ประกอบการในอาคารอาหารทะเล จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 และผู้ประกอบการในอาคารผลไม้แพ็ค และอาคารประดับยนต์ มีจำนวนเท่ากันคือ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัย ดึงดูด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.95 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการ ตัวอย่างมีแรงดึงดูดในระดับสูงสุด คือ ระดับมาก ในปัจจัยด้านความต้องการอิสระในการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.30 รองลงมา กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านต้องการความร่ำรวย คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.17 ปัจจัยด้านความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 4.06 ตามลำดับ และ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.28

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัย ผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.85 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับ ปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.18 ปัจจัยด้านรู้สึกว่าคุณเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.03 ปัจจัยด้านการงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.97 และปัจจัยด้านถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว คิด เป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.65 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านถูกให้ออกจากงาน / ว่างาน คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.43

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.90 ปัจจัยด้านมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.46 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.30 ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.99 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ ต่อมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.38 และกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 1.65

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.71 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการความสำเร็จในการประกอบการในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.82 ปัจจัยด้านมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.78 ปัจจัยด้านมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน กับปัจจัยด้านมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากัน คือ ร้อยละ 3.77 และปัจจัยด้านมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.41

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.16 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก คือ ปัจจัยด้านมีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.53 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านมีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.35 ปัจจัยด้านมีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 และปัจจัยด้านมีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.83 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ไปสู่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	3.9340	0.78223	0.159	0.690
ผู้หญิง	189	3.9683	0.76989		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.690 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	2.9681	0.8589	4.710	0.031*
ผู้หญิง	189	2.7640	0.84298		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.031 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

เพศ	n	Mean	S.D.	t	Sig
ผู้ชาย	144	2.9039	0.70064	0.984	0.322
ผู้หญิง	189	2.9815	0.71155		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.322 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 4 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	4.4435	0.53506	5.488	0.001*
30-39 ปี	87	3.9885	0.65803		
40-49 ปี	129	3.9031	0.82402		
50 ปีขึ้นไป	86	3.8169	0.81748		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยดึงดูด

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.45504*	0.54045*	0.62669*
30-39 ปี	-	-	0.8540	0.17165
40-49 ปี	-	-	-	0.08624
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับด้านปัจจัยดึงดูดพบว่ามีอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.17 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .043 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .006 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .002 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.1677	0.82316	2.153	0.093
30-39 ปี	87	2.908	1.01697		
40-49 ปี	129	2.8155	0.81148		
50 ปีขึ้นไป	86	2.7372	0.72161		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.093 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 6 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.4409	0.52449	6.964	0.000*
30-39 ปี	87	2.9713	0.7668		
40-49 ปี	129	2.9212	0.59878		
50 ปีขึ้นไป	86	2.7868	0.77656		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุกับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.46960*	0.51967*	0.65404*
30-39 ปี	-	-	0.5008	0.18444
40-49 ปี	-	-	-	0.13437
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน พบว่ามีอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.20 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .015 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .003 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนในด้านต่างๆ ได้แก่ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ, การมีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ, การมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี, การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง, การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และความต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงงูใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 7 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	4.2396	0.72742	5.139	0.006*
สมรส	231	3.9394	0.74826		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	3.7593	0.86188		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.006 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.22 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างสถานภาพสมรสกับด้าน ปัจจัยดึงดูด

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
โสด	-	0.30019*	0.48032*
สมรส	-	-	0.18013
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสถานภาพสมรสกับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีสถานภาพสมรสอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.22 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 สถานภาพโสด กับ สมรส พบค่า Sig = .048 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า สถานภาพโสด กับ สมรส ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า สถานภาพโสด กับ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า สถานภาพโสด มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยดึงดูดในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างจากสถานภาพอื่นๆ ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน , ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้สามารถดึงดูดใจผู้ประกอบการที่มีสถานภาพโสดให้ประกอบกิจการของตนเองได้แตกต่างกับสถานภาพอื่นๆ

นอกจากนี้สถานภาพในคู่อื่นๆ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 8 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	2.9958	1.06110	0.846	0.430
สมรส	231	2.8199	0.85595		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.8630	0.61162		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.430 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ ๑ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.1111	0.82966	2.128	0.121
สมรส	231	2.9430	0.69539		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.8241	0.61720		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.121 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 10 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.6848	0.99643	7.510	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.8805	0.71033		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.9646	0.72107		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.2705	0.70163		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน ปัจจัยดึงดูด

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.12374	0.27083	0.50595*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.1471	0.38222*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.23512
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษากับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีระดับ การศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตาราง ที่ 4.26 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของ ผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .009 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของ ผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยดึงดูด ที่แตกต่างกับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระ ในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการ มีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง มีแรงดึงดูดใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับ การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แตกต่างจากระดับการศึกษาอื่น

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้าน ปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 11 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	2.8667	0.6136	0.665	0.547
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	2.7818	0.98316		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	2.9917	0.88386		
ปริญญาตรีขึ้นไป	84	2.8381	0.92852		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.547 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 12 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม. หรือต่ำกว่า	102	3.5373	0.77023	6.577	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.6727	0.76209		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.6167	0.84836		
ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.0214	0.73797		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างระดับการศึกษากับด้าน
ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.16914	0.13358	0.51552*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.03556	0.34638*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.38194*
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษากับด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนพบว่า มีระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.29 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .000 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .009 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .024 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกับระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนในด้านต่างๆ มีแรงสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แตกต่างจากระดับการศึกษาอื่น

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 13 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.6848	0.99643	5.842	0.001*
30,001-50,000 บาท	113	3.8805	0.71033		
50,001-100,000 บาท	113	3.9646	0.72107		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	4.2705	0.70163		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านปัจจัย
ดึงดูด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 30,000 บาท	-	0.19575	0.27982	0.58571*
30,001-50,000 บาท	-	-	0.08407	0.38996*
50,001-100,000 บาท	-	-	-	0.30589
100,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านปัจจัยดึงดูด พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.31 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .002 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .016 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการอิสระในการทำงาน, ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ, ความต้องการความร่ำรวย และ ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง ส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป มีแรงจูงใจในการประกอบกิจการ ด้านปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 50,000 บาท

นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	2.9522	0.80794	0.899	0.442
30,001-50,000 บาท	113	2.8602	0.85352		
50,001-100,000 บาท	113	2.885	0.82627		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	2.7016	0.94065		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
แรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ
0.442 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 15 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจทางด้านการกระทำทาง
สังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงูใจ
ทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	2.808	0.74034	0.91	0.437
30,001-50,000 บาท	113	2.9292	0.71471		
50,001-100,000 บาท	113	3.0000	0.70289		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	2.9918	0.67455		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
แรงงูใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน
จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.437 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1
ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 16 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.9237	0.87377	2.410	0.067
6-10 ปี	143	3.8671	0.73327		
11-15 ปี	95	3.9921	0.79765		
16 ปีขึ้นไป	36	4.2431	0.63944		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.067 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 17 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	2.8237	0.85749	5.821	0.001*
6-10 ปี	143	2.9427	0.83062		
11-15 ปี	95	2.9368	0.82836		
16 ปีขึ้นไป	36	2.3167	0.84769		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดันที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับ ปัจจัยผลึกคั่น

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี	-	0.11893	0.11311	0.50706*
6-10 ปี	-	-	0.00582	0.62599*
11-15 ปี	-	-	-	0.62018*
16 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับปัจจัยผลึกคั่นพบว่า มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.36 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .044 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .001 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีกับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .003 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลึกคั่นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 16 ปี จะมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึกคั่นที่แตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 16 ปี สามารถตีความได้ว่า อาจเป็นเพราะปัจจัยผลึกคั่นที่เป็นแรงขับให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีระดับของแรงจูงใจในการประกอบกิจการของตนเอง สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่า

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลึกคั่นไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 18 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.0367	0.71523	0.522	0.668
6-10 ปี	143	2.9289	0.70280		
11-15 ปี	95	2.9035	0.72834		
16 ปีขึ้นไป	36	2.9954	0.66367		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.668 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 19 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

เพศ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ผู้ชาย	144	3.6778	0.67029	0.45	0.503
ผู้หญิง	189	3.7365	0.87238		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.503 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 20 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

เพศ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ผู้ชาย	144	3.1788	0.86787	0.071	0.790
ผู้หญิง	189	3.1521	0.9356		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.790 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 21 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

อายุ	n	Mean	S.D.	t	Sig
20-29 ปี	31	4.1677	0.66753	4.508	0.004*
30-39 ปี	87	3.6828	0.84719		
40-49 ปี	129	3.7132	0.68822		
50 ปีขึ้นไป	86	3.5721	0.86564		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.004 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.48498*	0.45456*	0.59565*
30-39 ปี	-	-	0.03042	0.11067
40-49 ปี	-	-	-	0.14109
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีช่วงอายุอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.41 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี พบค่า Sig = .033 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 30-39 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี พบค่า Sig = .038 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 40-49 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .004 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ความต้องการความสำเร็จด้านต่างๆ ได้แก่ การวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง, การมีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน, การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง, การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ, การมีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี แตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 22 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
20-29 ปี	31	3.6210	0.83634	3.953	0.009*
30-39 ปี	87	3.1121	0.89958		
40-49 ปี	129	3.2035	0.90018		
50 ปีขึ้นไป	86	2.9913	0.89808		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.009 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe อายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	0.50890	0.41748	0.62969*
30-39 ปี	-	-	0.09142	0.12079
40-49 ปี	-	-	-	0.21221
50 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีช่วงอายุ 1 คู่ที่แตกต่างกันตามตารางที่ 4.43 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ช่วงอายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .011 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า อายุ 20-29 ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันหลายช่วง ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อแรงจูงใจที่แตกต่างกันของช่วงอายุที่แตกต่างกันหลายช่วง อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในการประกอบการ ความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างดังกล่าวเกิดขึ้น

นอกจากนี้ช่วงอายุในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 23 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.8875	0.93890	1.861	0.157
สมรส	231	3.7030	0.74690		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	3.5889	0.81930		

จากตารางที่ 4.44 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.157 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 24 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	48	3.2708	1.08891	1.973	0.141
สมรส	231	3.1916	0.84721		
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	54	2.9491	0.95461		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงูใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.141 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 25 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.5373	0.77023	6.577	0.000*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.6727	0.76209		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.6167	0.84836		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	4.0214	0.73797		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ม.ปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	-	0.13547	0.07941	0.48417*
ม.ปลาย หรือ ปวช.	-	-	0.05606	0.34870*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	-	-	-	0.40476*
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาเกี่ยวกับด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีระดับการศึกษาอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.47 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .001 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .027 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบค่า Sig = .040 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระดับศึกษาอนุปริญญาหรือปวส.กับ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ ที่แตกต่างกับระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าความต้องการความสำเร็จในด้านต่างๆ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

นอกจากนี้ระดับการศึกษาในคู่อื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 26 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ม.ต้น หรือต่ำกว่า	102	3.0588	0.90664	1.933	0.124
ม.ปลาย หรือ ปวช.	99	3.1263	0.89526		
อนุปริญญา หรือ ปวส.	48	3.1146	0.89019		
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	84	3.3631	0.91045		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ ไม่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.124 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจใน
ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
การเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
การเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจใน
ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.6348	0.92405	0.944	0.420
30,001-50,000 บาท	113	3.6743	0.82254		
50,001-100,000 บาท	113	3.6991	0.72758		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	3.859	0.73425		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน จาก
ค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.420 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 ตาม
สมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 28 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจใน
 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
 การเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงงใจในทฤษฎีความต้องการจาก
 การเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงงใจใน
 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 30,000 บาท	46	3.038	1.12171	3.028	0.030*
30,001-50,000 บาท	113	3.1239	0.84984		
50,001-100,000 บาท	113	3.0885	0.86983		
100,001 บาท ขึ้นไป	61	3.4713	0.84422		

จากตารางที่ 4.50 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของ
 แรงงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่
 ได้เท่ากับ 0.030 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตาม
 สมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.51 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 30,000 บาท	-	0.8585	0.05045	0.43327*
30,001-50,000 บาท	-	-	0.0354	0.34742*
50,001-100,000 บาท	-	-	-	0.38282*
100,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4.51 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .014 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .015 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาทกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป พบค่า Sig = .008 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาทกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาท ขึ้นไปจะมีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างจากรายได้เฉลี่ยในช่วงอื่นๆ ซึ่งปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้าน

ของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อระดับของแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งมีความแตกต่างจากช่วงรายได้ที่ต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเกิดจากกระแสเงินสดไม่เพียงพอในการทำธุรกิจ เนื่องจากมีรายได้น้อยกว่า จึงไม่กล้าเสี่ยงและมีอำนาจไม่มากพอในการทำธุรกิจ แตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ จึงกลายเป็นแรงจูงใจในการประกอบการที่ส่งผลกับผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป มากกว่าช่วงระดับรายได้อื่นๆ

นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 29 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.9254	0.72292	3.639	0.013*
6-10 ปี	143	3.6573	0.67579		
11-15 ปี	95	3.5747	0.90964		
16 ปีขึ้นไป	36	3.9333	0.89443		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน จาก

ค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.013 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี		0.26808*	0.35069*	0.00791
6-10 ปี			0.08261	0.27599
11-15 ปี				0.35860*
16 ปีขึ้นไป				

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ พบว่ามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ อย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4.53 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 6-10 ปี พบค่า Sig = .027 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 6-10 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 11-15 ปี พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี กับ 11-15 ปี ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .020 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 30 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	n	Mean	S.D.	F	Sig
1-5 ปี	59	3.1356	0.89818	4.204	0.006*
6-10 ปี	143	3.0664	0.87661		
11-15 ปี	95	3.1421	0.91867		
16 ปีขึ้นไป	36	3.6528	0.87887		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน จากค่าสถิติที่ได้เท่ากับ 0.006 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
1-5 ปี		0.06916	0.00651	0.51718
6-10 ปี			0.07567	0.58634*
11-15 ปี				0.51067*
16 ปีขึ้นไป				

*ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ พบว่ามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe ตามตารางที่ 4.55 หลังจากพบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

คู่ที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .007 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

คู่ที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป พบค่า Sig = .038 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี กับ 16 ปีขึ้นไป ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป มีแรงจูงใจในด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่า โดยปัจจัยด้านความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง, ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง, ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้, การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อระดับของแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป อาจเนื่องมาจากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนาน จึงส่งผลให้เกิดอำนาจทางการค้า เกิดอำนาจเหนือคู่แข่งและมีความกล้าเสี่ยงเนื่องจากมีประสบการณ์

ในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนาน จึงเป็นผลให้ความต้องการอำนาจมีผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไปมากกว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอื่นๆ

นอกจากนี้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มอื่นๆส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างที่รวบรวมมาจำนวน 333 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จำนวน 333 ตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ SPSS (Statistical Package of Social Science) ในการคำนวณและวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับลักษณะทางประชากรศาสตร์, และระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการทดสอบสมมุติฐาน โดย ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way analysis of variance) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้หาผลการทดสอบรายคู่ของตัวแปรที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่มีค่า Sig.ต่ำกว่า 0.05 โดยเลือกใช้วิธีการทดสอบค่าความแตกต่างด้วยวิธี Scheffe และ LSD ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในอาคารพาณิชย์ได้มากที่สุด

5.1.2 การศึกษาระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างทางด้านการกระทำทางสังคม โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านของปัจจัยดังต่อไปนี้

ด้านปัจจัยดึงดูด

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัยดึงดูด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.95 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงดึงดูดในการประกอบการในระดับสูงสุด คือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการอิสระในการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 4.30

ด้านปัจจัยผลักดัน

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ในด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.85 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงผลักดันในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ งานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.18

ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน

พบว่า ระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ในปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 2.94 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.90

5.1.3 การศึกษาแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านของปัจจัยดังต่อไปนี้

ด้านความต้องการความสำเร็จ

พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการความสำเร็จ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.71 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการความสำเร็จในการประกอบการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะนิสัยมีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และควบคุมระบบการทำงานได้ด้วยตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.82

ด้านความต้องการอำนาจ

พบว่า ระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ ด้านความต้องการอำนาจ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 3.16 ซึ่งเป็นแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างมีความต้องการอำนาจในการประกอบการในระดับสูงสุดคือ ระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความกล้าเสี่ยงในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.53

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ได้ทำการศึกษาในทฤษฎีแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม และ แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

5.2.1 แรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม

1. ปัจจัยดึงดูด

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ รายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ ความต้องการอิสระในการทำงานมากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการความร่ำรวย และความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ อยู่ในระดับมาก และความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเองในระดับปานกลาง

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 5-8) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ในข้อที่ 4 ว่า “ลักษณะผู้ประกอบการที่มีความเป็นอิสระและมีอำนาจในการควบคุมตนเองหรือการเป็นเจ้านายตนเองมีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลต่างๆ เข้าไปประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจและทำการตัดสินใจในงานส่วนต่างๆ ได้ และสามารถบริหารธุรกิจของตนเองได้โดยรับผิดชอบความสำเร็จหรือความล้มเหลวด้วยตนเอง”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 15-22) ที่กล่าวถึงข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ในข้อที่ 1 ว่า “ความเป็นอิสระ การประกอบธุรกิจของตนเองนั้นมีความอิสระ เจ้าของธุรกิจสามารถกระทำการที่คิดว่าดีที่สุดเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาทางธุรกิจ เจ้าของธุรกิจจะตอบคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่นำไป แต่เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้มีอิสระที่จะทำอะไรได้ตามใจชอบเสมอไป เพราะต้องปฏิบัติตามความต้องการของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมด้วย เช่น การทำให้ลูกค้าพอใจ การปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้และผู้จำหน่ายสินค้า การ

พิจารณาความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงานและการเคารพกฎหมายที่กระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมถูกกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ”

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิรินาถ ปัตถามัง (2554: 207) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีระดับของแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจในเรื่องของการมีอิสระในการทำงานมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยดึงดูดกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัตถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องกันและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยดึงดูด ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท และผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	ต้องการอิสระ	มากที่สุด	ต้องการอิสระ	มากที่สุด
2	ต้องการร่ำรวย	มาก	ต้องการความก้าวหน้า	มากที่สุด
3	ต้องการความก้าวหน้า	มาก	ต้องการร่ำรวย	มากที่สุด
4	ต้องการชื่อเสียง	ปานกลาง	ต้องการชื่อเสียง	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 1 และ 4 คือ ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับความต้องการอิสระในการทำงานมากเป็นอันดับ 1 และมีความต้องการชื่อเสียงเป็นอันดับ 4 ผลการวิจัยมีความแตกต่างกันในลำดับที่ 2 และ 3 นั่นคือ ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสนใจกับความต้องการร่ำรวยมากกว่าความก้าวหน้า ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ต้องการความก้าวหน้ามากกว่าความร่ำรวย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทตลาดไท	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร
เพศ	หญิง > ชาย	หญิง > ชาย
อายุ	40-49	26-35
สถานภาพสมรส	สมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	ป.ตรีขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	30,001-100,000 บาท	10,001-20,000 บาท
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	6-10 ปี	1-5 ปี

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 100,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปีเป็นส่วนใหญ่

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปีเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยที่แตกต่างกันในลำดับที่ 2 และ 3 อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า และมีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ จึงมีความต้องการความก้าวหน้ามากกว่า ส่วนผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท มีอายุมากกว่าและส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จึงมีความต้องการความร่ำรวยมากกว่า

2. ปัจจัยผลักดัน

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านปัจจัยผลักดันที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ทั้ง 2 อย่างนี้ มีแรงผลักดันในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ ปัจจัยเรื่องงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอมากที่สุด ซึ่งมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง รองลงมาเป็น ความรู้สึกว่าคุณเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง ถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว และการถูกให้ออกจากงาน / วางงาน มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อยตามลำดับ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ในชั้นความต้องการทางร่างกาย ดังนี้

“ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกายจะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดย Maslow เป็นความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย เป็นต้น ความต้องการนี้สนองตอบแรงขับทางกายเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยา รักษาโรค (ตามปัจจัยสี่) ฯลฯ เช่น บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและสภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพออุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรางค์ โค้วตระกูล (2544: 169) ในหัวข้อประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

“แรงจูงใจภายนอก (Extensive Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก จูงใจให้เกิดพฤติกรรมเป็นความต้องการที่จะปฏิบัติเพื่อให้ได้ได้รับสิ่งตอบแทนหรือรางวัล หรือหลีกเลี่ยงจากผลที่ไม่พึงปรารถนา แรงจูงใจเหล่านี้เช่น แรงเสริมชนิดต่างๆ ตั้งแต่คำติชม รางวัลที่เป็นสิ่งของ เงิน ตัวแปรต่างๆที่มาจากบุคคล ลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นต้น”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 5-8) ที่กล่าวถึง คุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ในข้อที่ 1 ว่า

“การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็น โอกาสที่จะได้กำไรและสะสมความ มั่นคง ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการจะต้องคาดหวังกำไรและเผชิญกับแนวโน้มของความเสี่ยงในการ ประกอบธุรกิจ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี รุมาคม (2544: 15-22) ที่กล่าวถึง ข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ในข้อที่ 3 ว่า

“กำไรเปรียบเสมือนเงินเดือน สิ่งจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ ขนาดย่อม คือ การเป็นนายและทำงานเพื่อผู้ประกอบการ ดังนั้น กำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานของ ธุรกิจจึงเปรียบเสมือนรางวัลอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ธุรกิจ ขนาดย่อมบางแห่งสามารถทำกำไรได้มากที่สุดเพราะว่ากำไรจะเป็นเงินทุนแก่เจ้าของผู้ประกอบการ ซึ่งช่วยให้ครอบครัวมีความสุขความสบายเป็นอย่างดี”

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการประกอบกิจการของตนเอง เนื่องจากมี แรงผลักดันที่มาจากแรงจูงใจภายนอก โดยมีรางวัลในรูปแบบของเงินเป็นสิ่งจูงใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ ผู้ประกอบการ ต้องการและคาดหวังจากการประกอบกิจการ ดังนั้น หากงานประจำเดิมที่ทำอยู่ไม่ สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายได้ จึงเป็นแรงผลักดันให้เปลี่ยนมาประกอบ อาชีพเป็นผู้ประกอบการ มีกิจการของตนเอง เพื่อมุ่งหวังกำไรและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยผลักดันกับงานวิจัย ของสิรินาด บัณฑิตมัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มี ความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.3 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ด้านปัจจัยผลักดัน ของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท และผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับ ที่	ผู้ประกอบการบริเวณ ตลาดไทตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัด สวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	งานประจำมีรายได้ไม่ เพียงพอ	ปานกลาง	ไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือ องค์กรนั้นๆ	ปานกลาง
2	ไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ	ปานกลาง	ถูกคาดหวังการจากครอบครัว/ สืบทอดกิจการ	น้อย
3	การทำงานที่ทำอยู่เดิมไม่มี ความมั่นคง	ปานกลาง	การทำงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความ มั่นคง	น้อย
4	ถูกคาดหวังการจาก ครอบครัว/ สืบทอด กิจการ	ปานกลาง	ถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน	น้อย
5	ถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน	น้อย	-	-

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 3 โดยผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในลำดับที่ 3 คือ การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง

ผลการวิจัยที่มีความแตกต่างกัน ในลำดับที่ 1 สิ่งที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท ให้ความสนใจว่าเป็นแรงผลักดันในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดคือ รายได้ประจำไม่เพียงพอ ส่วนผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในเรื่องความรู้สึกว่าตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิม หรือองค์กรนั้นๆ ทั้งนี้อาจเกิดจากช่วงวัยที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไท จึงเป็นเรื่องธรรมดาของการให้ความสำคัญกับความรู้สึกในการทำงานมากกว่า ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดไทที่ส่วนใหญ่มีอายุและสมรสแล้ว แรงผลักดันจึงเกิดจากต้องการรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อใช้จ่ายในครอบครัว อีกทั้งแบบสอบถามเดิมของสิรินาถ บัณฑิตวิทยาลัย ไม่มีคำถามข้อรายได้ไม่เพียงพอ จึงอาจเกิดความแตกต่างได้

ส่วนในปัจจัยอื่นๆ ถึงแม้ว่าจะเรียงลำดับการให้ความสำคัญแตกต่างกันบ้างแต่มีแรงจูงใจเท่ากัน เช่น ปัจจัยการถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน มีแรงจูงใจน้อยเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้มีแรงสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับ การมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ มากที่สุด มีแรงจูงใจในระดับมาก รองลงมาเป็น ปัจจัยด้านมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี มีแรงจูงใจในระดับมาก มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ และการได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AECจึงประกอบกิจการของตนเอง น้อย และการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑูรย์ สิมะโชคติ (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในประการที่ 1 คือ

“ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ก็จะต้องเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสและหาช่องทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนวย ชีระวนิช (2546: 6-8) ได้ให้ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการว่า

“ผู้ประกอบการ เป็นผู้ที่ต้องมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและเป็นผู้ดำเนินการพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นผู้ประกอบการจะมีลักษณะเป็นผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น” จากลักษณะดังกล่าวได้แบ่งลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 8 ข้อ ซึ่งข้อที่มีความสอดคล้องคือข้อที่ 7 ได้กล่าวไว้ว่า

“การมุ่งเน้นที่อนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้น ไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นในอนาคต โดยค้นหาโอกาสและสร้างกิจกรรมของตน จากธุรกิจขนาดย่อม”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับ แฮทเทน (Hatten, 1997: 31, 40) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ในข้อที่ 1 ว่า “ผู้ประกอบการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจนั้นๆได้”

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.4 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับแรงจูงใจ
1	มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ	มาก
2	มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี	มาก
3	มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ	ปานกลาง
4	การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง	ปานกลาง
5	ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AECจึงประกอบกิจการของตนเอง	น้อย
6	การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่	น้อยที่สุด

ตารางที่ 5.4 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร (ต่อ)

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับแรงจูงใจ
1	มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ	มาก
2	การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง	มาก
3	มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี	มาก
4	มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ	มาก
5	การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่	น้อย
6	-	-

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกันในลำดับที่ 1 ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจกับการมองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนในการสร้างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการในระดับมาก เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมองเห็นช่องทางหรือมีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสำคัญที่สุด ปัจจัยอื่นๆที่รองลงมาสามารถหาเพิ่มเติมได้ในภายหลัง เช่น เงินทุน ความรู้ความสามารถ ฯลฯ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการทั้ง 2 สถานที่มีระดับของแรงจูงใจในปัจจัยการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่น้อยถึงน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลยังเข้าไม่ถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่แท้จริง

5.2.2 แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

1. ความต้องการความสำเร็จ

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับลักษณะนิสัยที่มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุม

ระบบการทำงานด้วยตัวเอง มากที่สุด โดยมีระดับของแรงจูงใจอยู่ที่ ระดับมาก รองลงมาคือ มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูงและการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ โดยมีแรงจูงใจในระดับมากทั้งหมด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของคำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และสุนิ เลิศแสวงกิจ (2541: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมาและคอยดูแลระดับประกอบให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ ชีระวนิช (2546: 6-8) ได้แบ่งลักษณะของผู้ประกอบการ โดยสอดคล้องกับข้อที่ 2 คือ

“ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการ โดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ประกอบการ มีการควบคุมและใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้นและเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่”

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านความต้องการความสำเร็จกับงานวิจัยของสิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.5 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการ
บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง	มาก
2	มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ	มาก
3	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	มาก
4	มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน	มาก
5	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ	มาก

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ	มากที่สุด
2	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	มาก
3	มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ	มาก
4	มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง	มาก
5	มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเองและมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน	มาก

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ให้ความสนใจในด้านปัจจัยด้านความสำเร็จแตกต่างจากผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันในทุกลำดับ โดยผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสนใจในด้านปัจจัยการวางแผน กำหนดเป้าหมายและควบคุมระบบการทำงานด้วยตัวเอง เป็นอันดับ 1 ในปัจจัยด้านความสำเร็จ ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสนใจในด้านความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทมีช่วงอายุที่ผ่านเลยด้านความมุ่งมั่นมาแล้ว มีกิจการที่มีระยะยาวนานกว่าจึงให้ความสำคัญด้านการวางแผนมากที่สุด ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักรมีช่วงอายุที่น้อยกว่า อีกทั้งกิจการยังมีระยะเวลาในการ

ดำเนินการที่น้อยกว่าด้วยจึงมองเห็นว่าความมุ่งมั่นมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 ในการประสบความสำเร็จ

2. ความต้องการอำนาจ

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ ด้านความต้องการอำนาจที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ รายได้ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับลักษณะนิสัย ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงาน และการแข่งขันกับคู่แข่งมากที่สุด มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยอื่นที่เหลือมีแรงจูงใจระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่งและการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรยุทธ วัฒนศุภโชค (2542: 66) ได้ให้ความหมายว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาจะต้องมีความอดทนมุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543: 39) ได้ให้ความหมายว่า

“ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกันและนำสติปัญญาความสามารถ ประสบการณ์และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร อุจจ์ศรี (2544: 16) สรุปความหมาย ผู้ประกอบการว่า

“บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร หรือเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุ้นในการ

เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ที่ดีตามพันธกิจในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำเอาความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งแก่กิจการ”

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545: 15) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้น โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร โดยมีสิ่งที่พิจารณาเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และประเมินทักษะความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธา ปริญญาตรี (2545: 29) สรุปความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจ ชีระวนิช (2546:6) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินการและเป็นผู้นำในในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโต โดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สคาโบรอก และซิมเมอร์ (Scarborough and Zimmerer, 2003: 3) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

ผลงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของวิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ โดยสอดคล้องในข้อที่ 2 คือ

“ผู้ประกอบการ ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันที เมื่อมองเห็น โอกาส อย่างมั่ววิธโร มิฉะนั้นจะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใดๆ”

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการประกอบกิจการได้ ต้องมีความกล้าเสี่ยงในการดำเนินงาน ในการลงทุน ในการแข่งขันกับคู่แข่ง เพื่อความก้าวหน้าในกิจการและเพื่อประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยด้านความต้องการอำนาจกับงานวิจัยของ สิรินาถ ปัดถามัง (2554) ซึ่งได้ทำการวิจัยในหัวข้อเดียวกัน แต่ต่างกันที่กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท	ระดับแรงจูงใจ
1	มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง	มาก
2	มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้	ปานกลาง
3	มีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง	ปานกลาง
4	มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง	ปานกลาง

ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัย ปัจจัยด้านความต้องการอำนาจของผู้ประกอบการ
บริเวณตลาดไทและผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร (ต่อ)

ลำดับที่	ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร	ระดับ แรงจูงใจ
1	มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้	มาก
2	มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง	มาก
3	มีความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง	ปานกลาง
4	มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.6 พบว่า มีความสอดคล้องกันในปีจจัยลำดับที่ 3 และ 4 นั่นคือ ความต้องการเป็นผู้นำและมีอำนาจเหนือคู่แข่ง และ การแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเองตามลำดับ

ผลการวิจัยที่มีความแตกต่างกัน คือ ลำดับที่ 1 และ 2 โดยที่ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไทให้ความสำคัญกับ ความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่งมากกว่าความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ ส่วนผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้ความสำคัญกับความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ มากกว่ามีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่ง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน จึงทำให้มองเห็นถึงความสำคัญในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่มากกว่าผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร จึงส่งผลต่อการจูงใจด้านความเสี่ยงมากกว่า หมายความว่า เห็นความสำคัญของการกล้าเสี่ยงจึงมีความกล้าเสี่ยงมากกว่า ด้วยประสบการณ์ที่มากกว่า จึงมีความมั่นใจว่าความเสี่ยงเหล่านั้นจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการ ในขณะที่ผู้ประกอบการบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักรให้ความสำคัญกับการโน้มน้าวใจมากกว่า ทั้งนี้เพื่อทำให้อกิจการที่เพิ่งเริ่มต้นในระยะเวลา 1-5 ปี มีความมั่นคงมากขึ้น เพราะหากมั่นคงแล้วจะมีความพร้อมในการกล้าเสี่ยงและสามารถเผชิญกับความท้าทายต่างๆได้

สามารถสรุปได้ว่า ผลการเปรียบเทียบการวิจัยดังกล่าว มีความแตกต่างกันในบางปัจจัย ซึ่งไม่ได้เกิดจากระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้ผลการวิจัยเปลี่ยน แต่เกิดความแตกต่างของ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม นั่นคือ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างบริเวณตลาดไท และ กลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร จึงทำให้ผลการวิจัยแตกต่างกันในบางปัจจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยดึงดูด

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการว่า การประกอบกิจการของตนเองมีอิสระสูง เป็นนายของตนเอง มีความเป็นตัวของตัวเอง ทำมาหากินได้มากขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการประกอบกิจการของตนเอง ทั้งนี้ มีปัจจัยเรื่องเงินเข้ามาเป็นแรงดึงดูดในความมุ่งมั่นในการประกอบกิจการ

2. ด้านปัจจัยสนับสนุน

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการว่า สิ่งที่เป็นปัจจัยสนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการ คือ โอกาสในการประกอบธุรกิจ เงินลงทุนที่เพียงพอ สถานที่ประกอบกิจการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหากเลือกสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือไม่เหมาะสมกับตลาดอาจทำให้เกิดความล้มเหลวในการประกอบกิจการ ควรมีความรู้ความสามารถความชำนาญในการประกอบกิจการของตนเองเพื่อความอยู่รอดของกิจการ และควรมีสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด

3. ด้านความสำเร็จ

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ โดยแบ่งเป็น

ด้านผู้ประกอบการ

ในการประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้องคิดให้ดีกว่าคนอื่นที่จะลงมือทำ ควรศึกษาหาความรู้ก่อนการเริ่มประกอบกิจการ มีความขยันหมั่นเพียร อดทน มีความพยายาม รักในกิจการ ประหยัดคอดออม สามารถยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจได้ ควรสร้างความภูมิใจในตนเอง อย่าคำก่าไรเกินควร มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และควรมีการจัดการขยะที่ดี ซึ่งการจัดการขยะเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการมักมองข้าม เนื่องจากในการประกอบกิจการจะต้องเกิดขยะจากการประกอบกิจการเป็นเรื่องปกติ เช่น เศษพลาสติก ขยะจากอาหาร บรรจุภัณฑ์ ถังอลูมิเนียม เป็นต้น ซึ่งถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการทุกคนในการจัดการขยะในสถานที่จำหน่ายสินค้าของตนเอง เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีในอนาคต และช่วยลดระยะเวลาในการทำความสะอาดของตลาดด้วย

ด้านสินค้า

ควรจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่ใช่แค่ถูกอย่างเดียว ควรรักษามาตรฐานของสินค้าในการจำหน่ายด้วย เพราะนอกจากจะมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าแล้ว ยังสามารถช่วยเพิ่มจำนวนของลูกค้าประจำได้ด้วย

ด้านการบริการ

ควรใส่ใจในการบริการลูกค้าทุกระดับให้มีความประทับใจ ต้อนรับลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถแนะนำลูกค้าได้ควรมีอัธยาศัยดี จริงใจในการให้บริการ ในบางสินค้าควรมีบริการหลังการขายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรมีการศึกษาแรงจูงใจในทฤษฎีอื่นๆ ที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งการศึกษาเรื่องแรงจูงใจ คือการศึกษาในสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนเป็นผู้ประกอบการอาจศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการในแง่มุมใหม่ๆ เช่น ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของแรงจูงใจที่เกิดขึ้นก่อนประกอบกิจการและหลังการประกอบกิจการ ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยที่ทำให้ล้มเหลวในการประกอบกิจการ เป็นต้น

5.4.2 ควรมีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น อาจเป็นผู้ประกอบการเดิม แต่สถานที่แตกต่าง หรือเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างอื่น เพื่อให้งานวิจัยที่ได้ในครั้งต่อไปมีความหลากหลายและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5.2.3 ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ควรมีจำนวนข้อที่น้อย แต่มีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูล ควรใช้คำถามที่ง่ายต่อการตีความ ง่ายต่อการเข้าใจ และถ้าเป็นไปได้ผู้วิจัยควรลงมือช่วยในการทำแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขาดความเข้าใจในการทำแบบสอบถาม อาจเป็นการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

5.2.4 ควรมีการศึกษาในหัวข้อนี้ซ้ำอีกครั้งหนึ่ง เพื่อต้องการทราบว่าระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป หรือกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจะส่งผลกระทบต่อระดับแรงจูงใจอย่างไร และช่วยให้ข้อมูลมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บรรณานุกรม

- กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น, 2547.
- กันตนา เพิ่มผล. *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2544.
- กัลป์ยกร อุไรพงศ์ ณ อยุธยา. *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏธนบุรี, 2545.
- กาญจนา กาญจนะ. “ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลสวนปรุง เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- กฤษมา ช้อยช้างเนียม. “แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. *SMEs หรือ SMEs? แนวโน้มธุรกิจไทยในศตวรรษหน้า*. กรุงเทพฯ : ซัคเซสมีเดีย, 2542.
- จันทร์ ชุ่มเมืองปึก. *แรงจูงใจและการจูงใจสร้างปาฏิหาริย์*. กรุงเทพฯ : เดอะบู๊คเลิฟเวอร์, 2546.
- เจียรไน จิระโร. “บรรยากาศองค์กรและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันราชภัฏธนบุรี, 2544.
- ชนิดา เพชรทองคำ. “การวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัดผลการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2542.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. *ทฤษฎีการบริหารตามแนวคิดของปราชญ์ตะวันตก*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส.เอเพลส (1989) จำกัด, 2551.
- . *ธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : วัชรินทร์การพิมพ์, 2541.
- ชูศักดิ์ จงชนะพิพัฒน์. *เจ้าของกิจการ*. แปลและเรียบเรียงจาก The McGraw-Hill 36 hour course: Entrepreneurship. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล, 2542.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: วังอักษร, 2541.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์ และ นัตยาพร เสมอใจ. *การจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2549.
- ดำรงศักดิ์ จงวิบูลย์. “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจในสำนักงานตำรวจสันติบาล วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต , สาขาวิชา อาชีววิทยาและงานยุติธรรม, มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และสุนีย์ เลิศแสวงกิจ. *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร, 2541.
- ติน ปรัชญา. *ทฤษฎีองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: บริษัท บิ๊กโพร์ เพลส จำกัด, 2553.
- ถาวร ศรีสุขะโต และธนะเวช ศรีสุขะโต. *เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด, 2543.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโขโชค. “Entrepreneurship: ฤาจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย.” *วารสาร จุฬาลงกรณ์*. 12 (ตุลาคม-ธันวาคม 2542) : 66.
- นพพล ศรีวระมย์. *การจัดการ : ทฤษฎีการศึกษา*. กรุงเทพฯ : อرنิจูการพิมพ์, 2546.
- เนตรชนก นามเสนาะ. “แรงจูงใจในการทำงานอาชีพเลขานุการสถานทูต.” สารนิพนธ์ปริญญา การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.
- บุรณี ทรัพย์ถนอม. “แรงจูงใจในการเลือกเรียนคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร”. กรุงเทพฯ : สถาบัน เทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร, 2547.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด, 2544.
- เปรมจิตร ศิริสานต์. “การศึกษาองค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษามหาบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- เปรมชัย สโรบล. “เหตุจูงใจในการศึกษาต่อ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าของนักเรียนเตรียมทหาร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2542.
- ผุสดี รุมาคม. *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2540.
- . *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2544.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พนัส หันนาคิน. *ประสบการณ์ในการบริหารบุคลากร*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ. *ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง*. กรุงเทพฯ : บี.เค.อินเตอร์ปริ้นท์, 2543.
- พล เหลืองรังสี. “ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนกสินทร์.” กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.
- พินคำ โลहितเสถียร. “แรงจูงใจและพฤติกรรมกรทำงานของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน: กรณีศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทการบินไทย (มหาชน) จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.
- ภัทรกิติ์ เนตินิยม. *การบริหารการเงินสำหรับ SMEs*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทศาลการพิมพ์, 2546.
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. “การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- ยูดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์. *การพัฒนาภาวะผู้นำ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : Be Bright Books, 2547.
- รุ่งอรุณ ศรีปาน. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่มีต่อแรงจูงใจในการประกอบวิชาชีพครู ภายใต้ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2551.
- วรรณารด แสงมณี. *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น, 2544.
- วรพจน์ สิงหาราช. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรรณภา ฉายาวัฒน์. “ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- วรรณิ ลิ้มอักษร. *จิตวิทยาการศึกษา*. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2541.
- วลีมาศ แซ่อึ้ง. “ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิต สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.” กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2544.
- วัชรีย์ บุตรศรี. “ระดับแรงจูงใจของบุคลากรโรงพยาบาลชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีในการดำเนินงานพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารบริการสุขภาพ, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2546.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. *ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี, 2545.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. *TQM วิธีองค์กรคุณภาพยุค 2000*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วินิจ วีรยากร. *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- วีรวัช มามะศิรินันท์. *เทคนิคการแสวงหาโอกาส*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2543.
- . *คู่มือการบริหารโครงการธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ชีระป้อมวรรณกรรม, 2546.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. *องค์การและการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : เทคนิค, 2543.
- ศิริอร ชันธหัตถ์. *องค์การและการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์, 2547.
- สถิต นิยมญาติ. “รายงานการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ = The Characteristic of successful tourism entrepreneur.” กรุงเทพฯ : วิทยาลัยดุสิตธานี, 2546.
- สมคิด บางโม. *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด, 2552.
- สมยศ นาวิการ. *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ผู้จัดการ, 2540.
- . *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ, 2543.
- . *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ, 2546.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมาน รังสีโยกฤษณ์ และสุธี สุทนต์สมบุญ. *หลักการบริหารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2544.
- สร้อยตระกูล (ตีวนานนท์) อรรถมานะ. *พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สิทธิโชค ขำเมือง. “คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะตามความต้องการของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดปทุมธานี” วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2547.
- สิรินาด ปัดถามัง. “แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร.” วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยรังสิต, 2544.
- สุคนธา ปริญญาตรี. “ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านทองเหลืองสาน จังหวัดฉะเชิงเทรา.” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- สุชา จันท์เอม. *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2542.
- สุธรรม รัตนโชติ. *การจัดการธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548.
- สุนทร อุจจ์ศรี. “ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด : กลยุทธ์ในการดำเนินงานและภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สุพิชา พุทธิสาริกร. “ศักยภาพด้านการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร: ศึกษากรณีกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2548.
- สุรพล พะยอมแย้ม. *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพมหานคร : ม.ท.ป, 2541.
- . *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กาญจนบุรี: สำนักพิมพ์เมธี-สหายพัฒนการพิมพ์, 2545.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. *จิตวิทยาการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- แสงอรุณ วสุวานนท์. “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โรงแรมรัตนโกสินทร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2547.
- อนันต์ รุ่งผ่องศรีกุล. “ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงาน ความพึงพอใจในงานและแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์กรของผู้แทนขายยา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- อนุวัฒน์ วิรัตน์จินดา. “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดชัยภูมิ.” กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2546.
- อัจฉรา หอมจรรยา. “ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม สติปัญญาและความสนใจในอาชีพแก่นักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. “อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ.” *จุฬาลงกรณ์วารสาร*. 12 (มกราคม-มีนาคม 2543) : 39-48.
- อำนาจ ชีระวนิช. *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- อุษณีย์ จงสุกใส. “แรงจูงใจต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทของนักเรียนชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยมหิดล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.
- อุษณีย์ สุนทโรทก. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- Bateman, A., and Scott, C. *SMEs*. New jersey: Perntice-Hall, 1999.
- Catlin, K., and J Matthews. *Leading at the Speed of Growth*. New York : Hungry Minds, 2001.
- Chorda, A. B., and Perales, C.P. “Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms.” *Journal of applied psychology*. 4 (1997) : 627-630.
- Eby, L.T., and others “Predictors of objective and subjective career success : a meta-analysis.” *Personnel Psychology*. 58 (2005) 367-408.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Frese, M. *Success and Failure of Micro business Owners in Africa*. USA : Greenwood Publishing Group Inc, 2000.
- Hatten, Timothy S. *Small Business : Entrepreneurship and Beyond*. New Jersey : Prentice-Hall, 1997.
- Holland, John L. *The Psychology of Vocational Choice*. Blaisdell Publishing Co. 1966.
- . “Current Psychological Theories of Occupation Choice and Their Implications for national Planning” *CIRF Abstracts*. Vol.7 1968 pp.5/b537.
- . *Making Vocational Choice : A Theory Career*. New Jersey ; Prentice-Hall , 1973.
- McShane, S.L., and Von Gilnow, M.A. 2009 , *Organizational Behavior*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill, 2009.
- Nabi, G.R. “An investigation into the differential profile of prediction of objective and subjective career success.” *Career Development International*. 4 (1999) : 212-214.
- Reeder, William. *Belief and Disbelief and Social Action Department of Rural Sociology Bulletin*. New York : University of Missouri, 1971.
- Scarborough, N.M., and T.W. Zimmerer. *Entrepreneurship and New Venture Formation*. New Jersey : Prentice Hall, 1971.
- . *Effective small business management : An entrepreneurial approach*. New Jersey : Prentice Hall, 2003.
- Scribd.com (2011). ทฤษฎีแรงจูงใจ.
- The free Encylopedia. (2011). “Abraham Maslow.” [Online] available at : <http://www.wikipedia.com>, 28 August 2011.
- Watchara. (2011). “Motivation Theory”. [Online] available at : <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=2047.0>, 28 August 2011.
- Watson, John, and Newby Rick. “Biological Sex, Stereotypical Sex-Roles, and SME Owner Characteristic.” *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*. 11 (2005) :129-143.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Wayne, S.J., and other “The role of human capital, motivation and supervisor sponsorship in predicting career success.” *Journal of Organization Behavior*. 20 (1999): 577-595.

Yamane, Taro. *Statistics, Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Herper and Row Publishers, 1973.

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยรังสิต

--	--	--

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

ขอความอนุเคราะห์ช่วยกรอกแบบสอบถาม เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณ
ตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณ
ตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ในการประกอบธุรกิจของ
ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของแรงจูงใจทางด้านการ
กระทำทางสังคมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลให้เกิดระดับของปัจจัยทางด้าน
แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัด
ปทุมธานี

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามมี 4 ส่วน

- | | |
|--|--------------------------|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน 7 ข้อ |
| ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม | จำนวน 3 ข้อ (15 ข้อย่อย) |
| ส่วนที่ 3 การศึกษาระดับแรงจูงใจ ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ | จำนวน 2 ข้อ (9 ข้อย่อย) |
| ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ | |

ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของ
ผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ โดยข้อมูลที่
ผู้จัดทำจะเก็บเป็นความลับ และจะนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ผู้จัดทำ

นางสาวนิชาภา สายทอง

แบบสอบถาม

แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ถ้าชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับข้อมูลความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 29 ปี

30 - 39 ปี

40 - 49 ปี

50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ต่ำกว่า

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.

ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 30,000 บาท

30,001 - 50,000 บาท

50,001 - 100,000 บาท

ตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป

6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการ

1-5 ปี

6-10 ปี

11-15 ปี

16 ปี ขึ้นไป

7. ประเภทสินค้าของผู้ประกอบการ (แบ่งตามอาคาร/ลานสินค้า)

อาคารส้ม

อาคารผักและลานผัก

ลานพืชไร่

อาคารผลไม้รวม

ลานผลไม้ตามฤดูกาล

อาคารข้าวสาร

อาคารตลาดสด / ตลาดสดปลาซ่า

อาคารปลาน้ำจืด

อาคารแต่งโม

อาคารอาหารทะเล

อาคารผลไม้แพ็ค

อาคารประดับยนต์

อาคารของแห้งและแปรรูป

อาคารสินค้าอุปโภค-บริโภค

อาคารต้นไม้

อาคารสัตว์เลี้ยง

อาคารมือถือและไอที

อาคารดอกไม้

อาคารสินค้าเบ็ดเตล็ด

อาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับของแรงจูงใจทางการกระทำของสังคม

คำชี้แจง ปัจจัยต่อไปนี้มีส่วนในการจูงใจให้ท่านเป็นผู้ประกอบการในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง

ลำดับ	ปัจจัยทางการกระทำของสังคม	ระดับของแรงจูงใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ปัจจัยดึงดูด					
	1.1 ความต้องการอิสระในการทำงาน					
	1.2 ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ					
	1.3 ความต้องการความร่ำรวย					
	1.4 ความต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง					
2.	ปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ)					
	2.1 ถูกให้ออกจากงาน / ว่างงาน					
	2.2 การงานที่ทำอยู่เดิมไม่มีความมั่นคง					
	2.3 รู้สึกว่าตนเองไม่เหมาะสมกับงานเดิมหรือองค์กรนั้นๆ					
	2.4 ถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว / สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว					
	2.5 งานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอ					
3.	ปัจจัยด้านความสามารถ หรือ ปัจจัยสนับสนุน					
	3.1 มองเห็นช่องทาง หรือ มีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ					
	3.2 มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ					
	3.3 มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี					
	3.4 การได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือเพื่อนฝูง					
	3.5 การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่					
	3.6 ต้องการเป็นผู้ประกอบการที่เติบโตจากการเข้าสู่ AEC จึงประกอบกิจการของตนเอง					

ส่วนที่ 3 การศึกษาระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

คำชี้แจง ปัจจัยต่อไปนี้มีส่วนในการจูงใจให้ท่านเป็นผู้ประกอบการในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง

ลำดับ	ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ (ลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ)	ระดับของแรงจูงใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement)					
	1.1 มีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และควบคุมระบบการทำงานด้วยตนเอง					
	1.2 มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเอง และมีความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน					
	1.3 มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง					
	1.4 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ					
	1.5 มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ					
2.	ความต้องการอำนาจ (Need of Power)					
	2.1 มีความต้องการเป็นผู้นำ มีอำนาจเหนือคู่แข่ง					
	2.2 มีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงาน และการแข่งขันกับคู่แข่ง					
	2.3 มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้					
	2.4 มีการแสวงหาชื่อเสียงให้กับกิจการของตนเอง					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวณิชภา สายทอง
วันเดือนปีเกิด	3 เมษายน 2529
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์,2550 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการเป็นผู้ประกอบการ,2556
ทุนการศึกษา	ทุนเรียนดี ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์ มหาวิทยาลัยรังสิต ทุนเรียนดี ประสิทธิ์-คุณหญิงพัฒนา อุไรรัตน์
ที่อยู่ปัจจุบัน	19/144 หมู่ 8 หมู่บ้านเหรียญเนเซอร์ล โสม ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
สถานที่ทำงาน	ร้านตลาดไทแก๊ส
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าของธุรกิจ