ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

โดย

สุวิมล มธุรส

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2563

THE KEY SUCCESS FACTORS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS ENTREPRENEURS IN CENTRAL REGION OF THAILAND

BY

SUWIMON MATHUROS

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENTS FOR

THE DEGREE OF DOCTOR OF BUSINESS ADMINSTRATION

FACULTY OF BUSINESS ADMINSTRATION

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2020

ดุษฎีนิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

โดย

สุวิมล มธุรส

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2563

----------	----------
ผศ. ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ ประธานกรรมการสอบ	ดร.นพปฎล สุวรรณทรัพย์ กรรมการ
----------	----------
ผศ. ดร.รุจาภา แพ่งเกษร กรรมการ	ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม กรรมการ

	ดร.ณกมล จันทร์สม กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณี ศุขสาตร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
21 มกราคม 2564

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

Dissertation entitled

THE KEY SUCCESS FACTORS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS ENTREPRENEURS IN CENTRAL REGION OF THAILAND

by

SUWIMON MATHUROS

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2020

----------	----------
Asst. Prof. Thanawan Sangsuwan, D.B.A. Examination Committee Chairperson	Noppadol Suwannasap, D.B.A. Member
----------	----------
Asst. Prof. Rujapa Paengkesorn, D.B.A. Member	Asst. Prof. Phat Pisitkasem, Ph.D. Member

---

Nakamol Chansom, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

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

Dean of Graduate School

January 21, 2021

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ณกมล จันทร์สม อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษา คำแนะนำช่วยเหลือ ปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบต้นฉบับดุษฎีนิพนธ์ อันเป็นผลงานให้งานดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์เป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่านั้นความเอาใจใส่ดูแลตลอดเวลาในการดำเนินงานเป็นสิ่งที่ผู้ทำดุษฎีนิพนธ์มีความซาบซึ้งใจเป็นอย่างยิ่ง ใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตร์จารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ ประธานกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ ที่ให้แนวคิดตลอดจนชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยขอขอบพระคุณ กรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อแนะนำอันมีค่า ทำให้งานดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความรู้และให้คำแนะนำด้วยดีเสมอมาตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษางานวิจัยดุษฎีนิพนธ์ ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจเครื่องมืออันได้แก่ผศ. ดร. สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุลม, ดร.ญาศุมินท์ อินทร์กรุงเก่า, ดร. ธนพล ก่อฐานะ, ดร. พิมพ์พลอย จงวิไลเกษม ที่ให้คำแนะนำ ที่ได้กรุณาตรวจสอบ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขในการดำเนินการจัดทำดุษฎีนิพนธ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งและถือเป็นพระคุณอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในสาขาบริหารธุรกิจทุกคนที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในการทำดุษฎีนิพนธ์เรื่องนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสการสร้างแรงบันดาลใจและให้การสนับสนุนตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิผู้แต่งตำรา หรือ ผู้เขียนเอกสารอ้างอิงต่างๆ และความรู้จากคณาจารย์ทุกท่านด้วยความระลึกในคุณค่า ตลอดจนทุกๆ ท่านที่ให้กำลังใจช่วยเหลือจนกระทั่งดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สุวิมล มธุรส
ผู้วิจัย

5907374 : สุวิมล มธุรส

ชื่อดุษฎีนิพนธ์ : ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

หลักสูตร : บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ณกมล จันทร์สม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต การค้า การบริการ และสมาชิกของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี พ.ศ. 2562 ผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการ จำนวน 1,500 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลทั้งหมดถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ทางสถิติผ่านสมการเชิงโครงสร้าง SEM (Structural Equation Model) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 4 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่สร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองและเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น โดยเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมาแล้ว 8 ปี และมีลักษณะของสถานประกอบการในรูปแบบของกิจการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายและปัจจัยด้านนวัตกรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลได้มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการด้วยเช่นเดียวกัน ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยการสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจ การแข่งขันในตลาด ความเป็นผู้นำที่ดี นวัตกรรมที่ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

(ดุษฎีนิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 238 หน้า)

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ, ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลายมือชื่อนักศึกษา ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5907374 : Suwimon Mathuros

Dissertation Title : The Key Success Factors of Small and Medium Business Entrepreneurs in Central Region of Thailand

Program : Doctor of Business Administration

Dissertation Advisor : Nakamol Chansom, Ph.D.

Abstract

The objective of the research was to study the relationship and causal structure model of psychological factor, personal characteristics factor, network factor, and innovation factor that affect the success of small and medium business entrepreneurs in the central region of Thailand. The study was a quantitative research. The sample group consisted of small and medium business entrepreneurs, manufacturing division, trading, services, and members of The Office of SMEs Promotion (OSMEP) in Year 2019, and 1,500 operators at the executive level or business owners. A questionnaire was used as a research instrument to collect data. Statistics used in data analysis consisted of percentage, mean, and standard deviation. All data were analyzed by statistical analysis through SEM (Structural Equation Model) at a statistical significance level 0.05.

The findings found that most of the participants were male, aged between 41 and 50 years, had a bachelor's degree, having been working for four years . Most of them were experienced entrepreneurs who have built their own businesses, and they were trained in businesses from childhood or adolescence by being a single owner operator. Most of them have had a period of establishment of eight years and the nature of the establishment in the form of a service business.

The findings also revealed that factors that directly and indirectly affected entrepreneurs' success in small and medium business operations were network and innovation factors. Psychological and personal factors had direct influence on entrepreneurial success factors as well. Benefits from the research are business partner networking, market competition, good leadership, new innovation of products, and potential for successful business operation.

(Total 238 pages)

Keywords: Key Success Factors, Small and Medium Business Entrepreneurs

Student's Signature …..... Dissertation Advisor's Signature .....

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ก**
บทคัดย่อภาษาไทย		**ข**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		**ค**
สารบัญ		**ง**
สารบัญตาราง		**ช**
สารบัญรูป		**ฎ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
	1.2 คำถามการวิจัย	6
	1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	1.4 ขอบเขตการวิจัย	7
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
	1.6 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2	**ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**	**12**
	2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ	12
	2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	17
	2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	22
	2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก	24
	2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ	29
	2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	42
	2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
	2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	68
	2.9 สมมติฐานการวิจัย	70

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีการวิจัย**	**70**
	3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	74
	3.3 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	76
	3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	80
	3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	80
บทที่ 4	**ผลการวิจัย**	**81**
	4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	82
	4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	89
	4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	97
	4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	102
	4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	112
	4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ’	118
	4.7 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	121

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 5	**สรุปผลและข้อเสนอแนะ**	**144**
	5.1 สรุปผล	145
	52. อภิปรายผล	155
	5.2 ข้อเสนอแนะ	158
บรรณานุกรม		**161**
ภาคผนวก		**172**
ภาคผนวก ก	แบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item- Objective Congruence: IOC)	173
ภาคผนวก ข	แบบสอบถาม	196
ภาคผนวก ค	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence: IOC)	219
ภาคผนวก ง	ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	231
ประวัติผู้วิจัย		**238**

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

2.1	สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	62
3.1	แสดงจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	73
3.2	เกณฑ์การแปลค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ	77
3.3	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 2	77
3.3	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 3	78
3.5	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 4	78
3.6	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 5	79
3.7	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 6	79
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตำแหน่ง	82
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ	82
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ	83
4.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษา	83
4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	84
4.6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านการบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ	85
4.7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ	85
4.8	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านรูปแบบของสถานประกอบการ	86
4.9	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ	86
4.10	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะของสถานประกอบการ	89
4.11	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา	90
4.12	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	91
4.13	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี	92

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.14	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	94
4.15	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์	95
4.16	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	97
4.17	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	98
4.18	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ	99
4.19	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทักษะของผู้ประกอบการ	101
4.20	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายผล	103
4.21	การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความจำเป็น	103
4.22	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่สมดุล	105
4.23	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน	106
4.24	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีประสิทธิภาพ	108
4.25	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง	119
4.26	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความชอบธรรม	111
4.27	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรม	112
4.28	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	113

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.29	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ	115
4.30	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกลยุทธ์	117
4.31	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ	119
4.32	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการภายใน	119
4.33	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ	120
4.34	ระยะห่าง Mahalanobis Distance ของข้อมูลก่อนการทดสอบความตรงของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย	123
4.35	ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเมื่อแบ่งกลุ่มตามปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	124
4.36	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	125
4.37	ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ ภาคกลางของประเทศไทย	130
4.38	การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมผลการวิเคราะห์	132
4.39	แสดงผลการตรวจสอลความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	133
4.40	การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	133
4.41	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม	135

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	
4.42	การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบ	138
4.43	ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	139

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
2.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	68
4.1	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	131
4.2	ผลการวิเคราะห์องค์ประองค์เชิงยืนยันโมเดลการวัดปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	133
4.3	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	137
4.4	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	143

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

คำว่า "การเป็นผู้ประกอบการ" เริ่มมีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 จนถึงศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรม 3 ด้าน คือ การริเริ่ม การจัดการ และการยอมรับ ความเสี่ยง หรือความล้มเหลว ทั้งนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านได้ให้ความหมายของการประกอบการที่แตกต่างกันไป โดยสามารถสรุปความหมายของคำว่าการเป็นผู้ประกอบการได้ว่า หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า โดยใช้เวลาให้คุ้มค่า และพอเพียงประกอบกับการเงิน จิตวิทยา ความเสี่ยงทางสังคม รวมถึงการรับผลที่ได้จากเงินลงทุน ความพึงพอใจ และความเป็นอิสระ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะการดำเนินกิจกรรมของการประกอบการ คือ สิ่งกระตุ้นให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต ดังนั้นรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และมุ่งสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้และขีดความสามารถ และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยนั้นมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ สามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า และแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน (เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ, 2551)

ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งในด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โดยประการแรกในทางด้านการผลิตนั้น ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นหน่วยการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าหลายชนิดที่หน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ทำการผลิต ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจึงมีบทบาทในการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าอุปโภคบริโภค และยังเป็นส่วนสำคัญในการผลิตสินค้าขั้นกลางของห่วงโซ่การผลิต ประการที่สอง คือ ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีบทบาทอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้ยังรวมถึงการที่ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคการเกษตร ดังนั้นการประกอบการของธุรกิจขนาดกลาง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

และขนาดย่อมจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อการมีงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของประเทศ และประการที่สาม ในประเทศกำลังพัฒนาที่การเข้าถึงเครื่องมือในการออมมีความจำกัด ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการจัดสรรและโยกย้ายเงินออมในชนบท โดยนำไปใช้ในภาคการผลิต นอกจากนี้ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมยังมีบทบาทในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ส่วนใหญ่มักมีขนาดเล็กในช่วงแรก ก่อนที่จะขยายธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้นในช่วงถัดไป (นฎา วะสี และคณะ, 2561)

จากนิยามของคำว่า ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจะพบว่า ธุรกิจการผลิตวิสาหกิจขนาดกลาง จะมีการจ้างงาน 50 - 200 คน และมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกิน 50 - 200 ล้านบาท ในส่วนของธุรกิจค้าปลีก จะมีการจ้างงาน 16 - 30 คน และมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกิน 30 - 60 ล้านบาท และหากเป็นกิจการบริการ จะมีการจ้างงาน 51 - 200 คน และมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 50 - 200 ล้านบาท และจากข้อมูลสถิติพบว่า สามในสี่ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยมีสถานะเป็นบุคคลธรรมดา มีเพียงหนึ่งในสี่ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเท่านั้นที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล นอกจากนี้ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมกว่าร้อยละ 99 เป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก และมีเพียงส่วนน้อยมากเท่านั้นที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง นอกจากนี้หากพิจารณาตามภาคธุรกิจของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแล้ว พบว่า ภาคธุรกิจที่มีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุด 3 ภาคแรก ได้แก่ ภาคการค้า (ร้อยละ 46) ภาคบริการ (ร้อยละ 27) และภาคการผลิต (ร้อยละ 17) เมื่อพิจารณาตามจังหวัดที่ตั้ง พบว่า กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนผู้ประกอบการมากกว่าภาคอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 27 (ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์, 2561; นฎา วะสี และคณะ, 2561)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ในปัจจุบันผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจำนวนมากยังประสบปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเงินทุน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินทุนน้อย และการไม่ยินยอมให้สินเชื่อของธนาคารเนื่องจากไม่มีหลักประกัน ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือมาก่อน การบริหารงานยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ธนาคารเลยไม่กล้าที่จะให้สินเชื่อ ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่มีเงินทุนมากพอที่จะขยายกำลังการผลิต ไม่สามารถซื้อเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรวมทั้งเพิ่มคุณภาพของสินค้าได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการตลาด ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัญหาสินค้าที่ผลิตไม่เป็นที่ต้องการของตลาด คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก ปัญหาการขาดบุคลากรด้านการตลาด การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด ขาดความสามารถในการที่จะหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้ ขาด

ความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้ทำให้ทำการตลาดเป็นไปด้วยความยากลำบาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านการบริหารจัดการ ทั้งด้านการบริหารจัดการการผลิต และปัญหาอื่น ๆ อีกจำนวนมาก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไม่ประสบผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์, 2561)

อย่างไรก็ตามปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในระบบการบริหารจัดการงานต่าง ๆ ของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำธุรกิจ หากธุรกิจใดมีผู้นำที่มีความรู้ มีทักษะ มีคุณลักษณะของผู้นำที่ดี และมีความสามารถรอบด้าน ธุรกิจนั้นย่อมประสบผลสำเร็จ โดยอาจกล่าวได้ว่า ผู้นำเปรียบเสมือนเป็นหลักชัย และเป็นดวงประทีปของผู้ร่วมงาน ทั้งนี้เนื่องจากผู้นำมีบทบาทที่สำคัญหลายประการ เช่น เป็นผู้วางแผน เป็นผู้กำหนดนโยบาย เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นตัวแทนธุรกิจ เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เป็นคนกลางในการตัดสินใจ มีความสามารถในการให้คุณหรือให้โทษ เป็นผู้ประสานความสัมพันธ์ เป็นผู้รับผิดชอบ เป็นนักพัฒนาธุรกิจอย่างมีเป้าหมาย มีหลักการและเหตุผล เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พัฒนางานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เทคโนโลยี และวิทยาการของสังคมที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว (อรพิชชา ต้ายไธสง, 2556)

ด้วยกระแสของโลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจ ที่ทำให้องค์กรธุรกิจจะต้องเพิ่มศักยภาพของการตัดสินใจแบบกลุ่มมากยิ่งขึ้น บทบาทผู้นำแบบบุคคลเดียวจะเริ่มลดความสำคัญลง และผู้นำเองก็มีแนวโน้มเชื่อถือในการตัดสินใจของทีมที่ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นกรณีพิเศษแบบชั่วคราวมากขึ้น ดังนั้นในแต่ละทีมก็จะมีอำนาจการตัดสินใจในงานเฉพาะส่วนที่ทีมของตนรับผิดชอบ และแนวโน้มของภาวะผู้นำก็อาจจะเป็นลักษณะการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความคิด มีการกระจายอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ หรือการรวมกลุ่ม และภายใต้การใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ผู้นำก็มีแนวโน้มจะติดต่อสื่อสารกับสมาชิกผ่านอุปกรณ์และเครื่องมือที่เป็นระบบเครือข่าย โดยไม่ต้องเผชิญหน้ากันทุกครั้ง ซึ่งอาจจะส่งผลให้ช่องว่างระหว่างระดับชั้นของอำนาจในองค์กรเริ่มลดลง จึงอาจสรุปได้ว่า องค์กรในอนาคตจะมีแนวโน้มไม่มีขอบเขตที่แน่นอน อาจเกิดการลดลำดับการบังคับบัญชาจากโครงสร้างองค์กรแบบสูงมาเป็นแบบราบ ยืดหยุ่น ยึดโครงการและทีมเป็นพื้นฐาน ดังนั้นความเป็นไปได้ในการศึกษาภาวะผู้นำในอนาคตอาจขยายการศึกษาภาวะผู้นำไปยังปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านฐานทรัพยากร ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านการลดปัญหา และปัจจัยด้านนวัตกรรม เป็นต้น (Muchinsky, 2003; Shamir & Howell, 1999)

ในเชิงจิตวิทยาผู้ประกอบการ คือ บุคคลผู้ซึ่งเริ่มก่อตั้งกิจการ เป็นเจ้าของ หรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ โดยผู้ประกอบการจะทำในสิ่งที่แตกต่างและเป็นผู้ส่งเสริมเศรษฐกิจ กำหนดจุดหมาย รวมทั้งตัดสินใจแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเติบโตสูงสุด ซึ่งจากการศึกษาวิจัยในอดีตพบว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีลักษณะความใฝ่ใจในความสำเร็จระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลที่มีความใฝ่ใจในความสำเร็จสูง จะทำให้เกิดความสนใจ และสามารถที่จะประกอบธุรกิจได้ดี เพราะธุรกิจต้องการบุคคลที่กล้าเข้ามาบริหารความเสี่ยง มีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ทั้งด้านต้นทุนและกำไร รวมทั้งต้องค้นหาสิ่งใหม่ ๆ และมีแนวคิดนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการเตรียมความพร้อมที่จะให้บริการในรูปแบบใหม่ (Frese, 2000; McClelland, 1987)

ทั้งนี้คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้นำสามารถพิจารณาได้จากความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการปรับตัว มีอำนาจเหนือผู้อื่นมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความมั่นคงในจิตใจ มีการลงโทษผู้ที่ได้รับการตัดสินว่ากระทำผิด การมองโลกในแง่ดี และสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเพียงหลักฐานบางอย่างที่ผู้นำอาจจะสามารถนำมาใช้ในการปรับตัว และสร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม อย่างไรก็ตามคุณลักษณะเฉพาะบุคคลของผู้นำดังกล่าวจะมีลักษณะร่วมทางบุคลิกภาพ โดยนักวิชาการได้พยายามค้นหาถึงลักษณะร่วมของภาวะผู้นำและได้สรุปถึงองค์ประกอบของภาวะผู้นำในด้านต่าง ๆ โดยพบว่า คุณลักษณะบางประการที่ผู้นำจำเป็นต้องมีประกอบด้วย ปัจจัยทางร่างกาย ผู้นำส่วนใหญ่จะมีส่วนสูง น้ำหนัก และมีสุขภาพที่ดีกว่าบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งมีการแต่งตัวที่ดูดี ปัจจัยด้านความเฉลียวฉลาด มีเชาว์สูง และปัจจัยทางด้านลักษณะ บุคลิกภาพ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถในการปรับตัว หรือความกลมกลืนของบุคลิกภาพ มีความโดดเด่นทางด้านอำนาจ เกียรติยศ ชื่อเสียง และเป็นคนที่สร้างประโยชน์แก่กลุ่มในสายตาของคนทั่วไปเห็นว่าเป็นคนดีที่สุด เป็นคนประเภทเปิดเผย มีความสามารถในการเข้าใจในผู้อื่น นอกจากนี้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกดับความสำเร็จในการประกอบการของ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (Nelson & Quick, 1997; บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2557; กมลกานต์ เทพธรานนท์, 2548)

นอกจากนี้ยังพบว่า ในยุคปัจจุบันมีการเพิ่มขึ้นของการรวมกันของธุรกิจในรูปแบบของเครือข่ายธุรกิจ โดยในประเทศไทยมีการนำระบบเครือข่ายมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้นในหลากหลายมิติ ทั้งในรูปแบบการสร้างเครือข่าย และการรวมกลุ่มธุรกิจ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการประสานพลังร่วมกันขับเคลื่อนความอยู่รอด และการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจ ให้มีความแข็งแกร่ง และก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เครือข่ายจึงถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญขององค์กรที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ในตลาดปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กที่ขาดแคลนทรัพยากร จะมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ระบบเครือข่ายเพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจ และการรักษาเครือข่ายทางธุรกิจไว้อย่างเหนียวแน่น ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า การที่ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจะสามารถป้องกันตนเองให้รอดพ้นจากความล้มเหลวทางธุรกิจ และสามารถทำการแข่งขันได้ในการแข่งขันระดับโลกนั้น จะต้องหาวิธีการใหม่ที่รักษาความคล่องตัวของธุรกิจขนาดเล็ก และต้องมีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้ธุรกิจขนาดเล็กหลาย ๆ แหล่งรวมกำลังกันเพื่อให้มีจุดเด่นบางอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่ (Lin & Zhang, 2005; Khasasin, Piriyakul, & Khantanapha, 2016)

อีกทั้งยังพบว่า ตัวแปรที่อาจจะมีผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมอีกตัวแปรหนึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรม ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งในการนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย เพราะนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ นวัตกรรมจะเป็นตัวช่วยในการพัฒนาองค์กร และช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหากองค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กร ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี แต่การจะบริหารนวัตกรรมในองค์กรให้สำเร็จลุล่วงได้นั้นอาจยังไม่เพียงพอ เนื่องจากการศึกษาวิจัยในอดีตพบว่า ปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของผู้บริหาร และปัจจัยด้านความสามารถขององค์กร เนื่องจากปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการบริหารขององค์กรเป็นอย่างมาก (Cooper, 2000; ปฐมพร ทรงสุโรจน์, 2559; กฤศกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554)

ด้วยปัจจัยดังที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่อาจจะส่งผลต่อการประสบผลสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมี

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ความต้องการที่จะทำการศึกษาวิจัยว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ถือเป็นกลไกสำคัญหนึ่งของภาคธุรกิจไทยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถเติบโตไปได้อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ดังนั้นจึงถือได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างชัดเจน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินการของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

1.2 คำถามการวิจัย

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ร่วมกับการทบทวนเนื้อหาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคการผลิต การค้า และการบริการ และเป็นสมาชิกของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารระดับสูงหรือเป็นเจ้าของกิจการ และพบว่า ในปี พ.ศ. 2562 ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่จำแนกตามประเภทการจัดตั้ง สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่ นิติบุคคล มีจำนวน 3,105,096 ราย บุคคลและอื่น ๆ มีจำนวน 2,286,326 และวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน 85,436 ราย และพบว่าในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,139,904 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2563)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

1.5.2 ทำให้ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

1.5.3 ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมหรือผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ในการพัฒนาตนเองเพื่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.5.4 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทยให้ประสบผลสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่สำคัญซึ่งจะต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือก็คือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลักหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำสิ่งใดบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ และหากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) มุมมองด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของกิจกรรมให้กระชับและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ตัววัดด้านกระบวนการภายใน เช่น การควบคุมรายจ่ายในการบริหาร การลดต้นทุน การลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน การลดความผิดพลาดของพนักงาน เป็นต้น

2) มุมมองด้านการเติบโตของกิจการ หมายถึง ผลประกอบการที่ตอบแทนจากการลงทุน (Return on Capital Employed) และกระแสเงินสดที่สะท้อนถึงความปรารถนาในผลลัพธ์เพียงระยะสั้น ๆ รวมทั้งจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งการตลาด

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต มุ่งหาความต้องการของตลาดเพื่อสนองความต้องการ

ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระ มีเอกชน เป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ ซึ่งมีพนักงานจำนวนไม่มาก

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านจิตวิทยา หมายถึง แนวคิดของบุคคลในทางบวกซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการมีพฤติกรรมทางบวกในการดำเนินชีวิตทั้งในการปฏิบัติงานในองค์การและการดำเนินชีวิตในประจำวัน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) การมีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง การเพิ่มความพยายามในการทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

2) ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope) หมายถึง เงื่อนไขทางจิตวิทยาของบุคคลที่แสดงให้เห็นถึงด้านบวกของบุคคลในการพยายามไปให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

3) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) หมายถึง การคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นตอนนี้และในวันข้างหน้า

4) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) หมายถึง ความสามารถในการเผชิญหน้ากับปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่าง ๆ หรือการต่อสู้กับความทุกข์ใจ ความไม่แน่นอน ความผิดพลาด โดยสามารถเอาชนะสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และนำทักษะที่ได้รับไปเป็นประสบการณ์ที่เข้มแข็งต่อไปในการทำงานและการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ โดยจะขึ้นอยู่กับลักษณะของกรอบความคิด และมุมมองของผู้ประกอบการแต่ละคนภายใต้สภาพแวดล้อมและลักษณะวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วย

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะที่มีอยู่ภายในลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา พื้นฐานครอบครัว ประสบการณ์

2) ลักษณะทางบุคลิกภาพที่ดี หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งแสดงถึงลักษณะทางกาย จิตใจ และความรู้สึกนึกคิดที่สะท้อนออกมาให้ผู้อื่นเห็นและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

3) ทักษะของผู้ประกอบการที่จำเป็น หมายถึง ความชัดเจน ความชำนาญในเรื่องของการดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ซึ่งสร้างขึ้นมาจากการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านเครือข่าย หมายถึง วิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่ง ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจในเครือข่ายนั้นสามารถทำงานที่แต่ละคนทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน อันจะทำให้มีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า มีความคล่องตัวสูงกว่า และมีความคิดริเริ่มที่ดีกว่า ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) ความจำเป็น (Necessity) หมายถึง ความจำเป็นในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ และลดคู่แข่งขัน

2) ความไม่สมดุล (Asymmetry) หมายถึง ความไม่เป็นอิสระจากการถูกบังคับหรือถูกควบคุมการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่น

3) การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) หมายถึง การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

4) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การเข้าถึงการใช้ทรัพยากรสำคัญของเครือข่ายได้อย่างยืดหยุ่น

5) ความมั่นคง (Stability) หมายถึง การมีความมั่นคงจากการทำงานร่วมกันผ่านกิจกรรมของเครือข่าย เช่น การทำวิจัย (Joint Research) การเป็นผู้สนับสนุนร่วม (Co-Sponsor) การเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วม (Co-Branding) และการเป็นผู้ร่วมผลิต (Co-Production)

6) ความชอบธรรม (Legitimacy) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมร่วมกับธุรกิจเครือข่ายที่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดี

ปัจจัยด้านนวัตกรรม หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ออกสู่ตลาดและสามารถสร้างยอดขายหรือมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น การทำให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่ธุรกิจนำเสนอได้รับความนิยมและยอมรับอย่างแพร่หลาย และเป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้ามากขึ้น ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง ผลลัพธ์จากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เพื่อที่จะนำมาแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ หรืออยู่ในรูปแบบของการบริการ โดยผลลัพธ์ที่ได้คือทั้งผู้บริโภคและองค์กรต่าง ๆ ได้ประโยชน์ในการเกิดนวัตกรรม

2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และองค์กรยังได้รับประโยชน์อีกด้วย เช่น องค์กรที่ทำการผลิตนวัตกรรมว่าด้วยกระบวนการช่วยในการสร้างคุณภาพ ลดต้นทุน ลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต เพิ่มความเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้า เป็นต้น

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

3) นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation) หมายถึง นวัตกรรมการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์ โดยรวมถึงการใช้วิธีการตลาดใหม่ ๆ หรือการโฆษณาที่ใช้กับผู้บริโภค การจัดจำหน่ายด้วยวิธีการใหม่ นวัตกรรมชนิดนี้จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้เปลี่ยนแปลงการนำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นความจริงซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.9 สมมติฐานการวิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

2.1.1 ที่มาของแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

McClelland (1953) มีความเชื่อว่า มนุษย์เรามุ่งจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไป โดยเมคเคลแลนด์ได้สร้างแบบทดสอบเพื่อแยกประเภทของมนุษย์ออกเป็นพวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า Thematic Apperception Test (TAT) โดย TAT นี้จะประกอบด้วย ภาพต่าง ๆ ซึ่งภาพเหล่านี้จะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบจะเป็นผู้บรรยายว่า ภาพเหล่านั้น เกี่ยวกับสิ่งใด หรือคนในภาพนั้น มีความรู้สึกอย่างไร เช่น ภาพวาดหนึ่งมีเด็กหนุ่มกำลังพรวนดินกลางทุ่งนา

ที่ปลายนา มีพระอาทิตย์กำลัง จะลับขอบฟ้า แสดงถึง เวลาเย็น ผู้ทดสอบจะต้องบรรยายว่า เด็กหนุ่มคนนั้น มีความรู้สึกอย่างไร คำบอกเล่าของผู้ทดสอบ จะได้รับการตีความจากผู้ตัดสินว่า เขามีแรงจูงใจในความสำเร็จ สูงหรือต่ำ โดยได้รับการเปรียบเทียบคำตอบของผู้ทดสอบต่าง ๆ เช่น ถ้าผู้ทดสอบเล่าว่า หนุ่มผู้นั้นกำลังเสียใจว่า พระอาทิตย์กำลังตกดิน นั่นหมายความว่า เขาไม่สามารถปลูกต้นไม้ ให้เสร็จสิ้นในวันนี้ได้ ในขณะเดียวกันมีผู้ทดสอบอีกคนหนึ่งบรรยายว่า หนุ่มคนนั้นดีใจว่า พระอาทิตย์ตก และเขาจะได้พักผ่อนเสียที จะได้ดื่มเหล้า สรวลเสเฮฮาบ้าง จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ทดสอบคนที่หนึ่งจะได้รับการตีความว่าเขามีแรงจูงใจในความสำเร็จสูง และผู้ทดสอบคนที่สองจะได้รับการตีความว่าเขามีแรงจูงใจในความสำเร็จต่ำ เป็นต้น

จากความเชื่อดังกล่าวได้ก่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จขึ้น โดยปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งทุกองค์กรควรนำมาใช้เป็นหลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่เป็นรูปธรรมในการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน โดยเจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรจะต้องรู้ว่ามีสิ่งใดที่จะต้องกระทำบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จวิสัยทัศน์ขององค์กรก็จะไม่ได้รับการตอบสนอง ดังนั้นจึงถือได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งของผู้บริหารในการจัดลำดับความสำคัญของการจัดการและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากการเรียงลำดับความสำคัญแล้วยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบความเข้มแข็งขององค์กรในการบรรลุเป้าประสงค์ที่สำคัญ การมีข่าวสารข้อมูลมากเกินไปโดยปราศจากการเน้นปัจจัยสำคัญ จะทำให้ฝ่ายจัดการเสียเวลาในการวิเคราะห์และผลที่ได้ยังนำไปสู่ข้อสรุปที่ผิดพลาดอีกด้วย และในที่สุดก็จะนำไปสู่การลดขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จจะไม่จำเป็นที่ต้องวัดผลไม้ แต่จะทำหน้าที่ชี้นำหรือเป็นหลักหมายสำคัญต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ, 2558)

การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) จึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลการประกอบการให้สูงขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดทำปัจจัยแห่งความสำเร็จจะประกอบด้วย (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ, 2558)

1) การมุ่งความสำคัญที่ผลผลิตและผลลัพธ์ขององค์กร ไม่เน้นปัจจัยนำเข้าหรือกระบวนการ

2) มีความเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมุ่งเน้นเฉพาะงานที่สำคัญอย่างยิ่งเท่านั้น

3) กำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จให้ชัดเจน ไม่คลุมเครือ มีความหมายเฉพาะเจาะจง และสามารถสื่อความหมายได้อย่างเดียวกัน ประเด็นสำคัญคือ ต้องเข้าใจได้ง่าย

4) ผู้บริหารให้การยอมรับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร และผู้บริหารมีพันธะผูกมัดร่วมกันที่จะทำงานให้ได้ผลสำเร็จตามนั้น

5) องค์กรสามารถควบคุมผลให้เกิดขึ้นจากปัจจัยนั้น ๆ ได้ แม้ว่าปัจจัยบางอย่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ถ้าองค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ก็ไม่ควรนำปัจจัยเหล่านั้นมาเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ

สำหรับเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จนั้น มีชื่อเรียกว่า ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ หรือ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการวัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยแสดงผลของการวัดในรูปข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานหรือเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและการประเมินความก้าวหน้าตามดัชนีชี้วัด เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร อย่างไรก็ตามดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานนี้จะต้องมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่งดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่ดีควรมีความเหมาะสม สามารถที่จะโน้มน้าวให้ทุกคนในองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดจนสาธารณชนเชื่อถือ ผลงานที่วัดจากดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานหลักนี้จะแสดงถึงภารกิจที่องค์กรจะต้องปฏิบัติบนพื้นฐานของเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยจะต้องสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ, 2558)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

2.1.2 ประเภทของดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

การแบ่งประเภทของดัชนีชี้วัดความสำเร็จนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2552)

1) ดัชนีชี้วัดเชิงปริมาณ เป็นดัชนีชี้วัดที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้วัดสิ่งที่นับได้ หรือสิ่งที่มีลักษณะเชิงกายภาพ โดยมีหน่วยการวัด เช่น จำนวน ร้อยละ และระยะเวลา เป็นต้น ตัวชี้วัดเชิงปริมาณจะเหมาะสำหรับการวัดในสิ่งที่จับต้องได้ เป็นรูปธรรม และมีความชัดเจน

2) ดัชนีชี้วัดเชิงปริมาณที่ใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรม (ดัชนีชี้วัดเชิงสังคม) การวัดในหลายกรณีจะเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความพึงพอใจ ระดับความเข้าใจของผู้เข้ารับการอบรม เป็นต้น ถึงแม้สิ่งที่เป็นนามธรรมจะไม่มีลักษณะเชิงกายภาพที่สามารถนับเป็นจำนวนได้อย่าง

ชัดเจน แต่สามารถวัดเป็นเชิงปริมาณได้ โดยสร้างเครื่องมือวัดเพื่อใช้วัดสิ่งที่เป็นนามธรรมเหล่านี้ขึ้น เช่น การวัดความพึงพอใจ อาจใช้เครื่องมือวัด ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อให้ผู้รับบริการเป็นผู้ประเมินโดยการให้คะแนน และหาค่าเฉลี่ย ซึ่งแสดงถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวมได้

3) ดัชนีชี้วัดเชิงคุณภาพ เป็นดัชนีชี้วัดที่ใช้วัดสิ่งที่ไม่เป็นค่าเชิงปริมาณ หรือเป็นหน่วยวัดใด ๆ แต่จะเป็นการวัดที่อิงกับค่าเป้าหมายที่มีลักษณะพรรณนา ดัชนีชี้วัดจึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นเกณฑ์หรือกรอบกำกับการใช้วิจารณญาณของผู้ประเมิน ซึ่งโดยทั่วไปการกำหนดดัชนีชี้วัดเชิงคุณภาพควรพิจารณาถึงค่าเป้าหมายควบคู่ไปพร้อมกัน เนื่องจากชื่อของดัชนีชี้วัดเชิงคุณภาพนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นคำกว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง เช่น ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบงาน ระดับประสิทธิภาพในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เป็นต้น

2.1.3 แนวทางการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ

แนวทางวัดความสำเร็จนั้นมีหลากหลายตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจ แต่แนวทางหนึ่งที่ถือว่าเป็นแม่แบบของการวัดผลที่นิยมนำมาใช้วัดผลประกอบการคือ Balance Scorecard ซึ่งมีการวัดผลอยู่ 4 มุมมอง คือ (Kaplan & Norton, 2007)

1) มุมมองด้านการเงิน

มุมมองด้านการเงินจะมองถึงผลประกอบการที่ตอบแทนจากการลงทุน (Return on Capital Employed) และกระแสเงินสดที่สะท้อนถึงความปรารถนาในผลลัพธ์เพียงระยะสั้น ๆ มุมมองนี้จะประกอบไปด้วย ผลตอบแทนต่อทุนที่ใช้ไป ความสามารถในการทำกำไร กระแสเงินสด ความคาดหมายประมาณการกำไร ยอดขายที่ยังทำรายการไม่เสร็จสมบูรณ์ (Backlog) เป็นต้น

2) มุมมองด้านลูกค้า

ลูกค้าคือ กลไกสำคัญของการดำเนินธุรกิจไม่มีลูกค้าก็ไม่มีธุรกิจ ลูกค้าประกอบด้วยลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ ลูกค้าเก่าเราต้องรักษาโดยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่อย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ลูกค้าใหม่อาจได้มาจาก การขยายตลาด คู่ค้า หรือการแนะนำจากลูกค้าเก่า ซึ่งกิจการจะต้องสร้างความพึงพอใจหรือความประทับใจในการมัดใจลูกค้าไว้ ตัววัดความสำเร็จด้านลูกค้า คือ จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น

3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน

กระบวนการภายในเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของกิจกรรมให้กระชับและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ตัววัดด้านกระบวนการภายใน

เช่น การควบคุมรายจ่ายในการบริหาร การลดต้นทุน การลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน การลดความผิดพลาดของพนักงาน เป็นต้น

4) มุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน ลูกค้า และกระบวนการภายใน เช่น การมีนวัตกรรมใหม่ ๆ การเข้าถึงเทคโนโลยี ความปลอดภัยในการทำงาน ความพึงพอใจของพนักงาน เป็นต้น

จากงานวิจัยที่ผ่านมามีผู้ให้แนวคิดของความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไว้หลายแนวทาง เช่น Siriwan, Ramabut, Thitikalaya, and Pongwiritthon (2013) วัดความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจจากสี่มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ในขณะที่ ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และคณะ (2557) วัดความสำเร็จของการดำเนินงานจากอัตราการเติบโตของกำไร อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ส่วนแบ่งทางการตลาดและคุณภาพของสินค้าและบริการ ส่วน พรนภา เปี่ยมไชย และคณะ (2558) วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ

จากความเจริญเติบโตของกิจการ และความพึงพอใจ นอกจากนี้ สุพาดา สิริกุตตา (2556) ยังได้วัดความสำเร็จจากรายได้ในการดำเนินธุรกิจ ผลกำไร ความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า จำนวนลูกค้าในปีปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และอัตราร้อยละของความสำเร็จในการทำธุรกิจ สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวทางในการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการไว้ 2 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเติบโตของกิจการ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมหลาย ๆ ธุรกิจต่างก็มุ่งสู่การบรรลุรายได้ ผลกำไร และการเติบโตของธุรกิจ โดยไม่ได้สนใจถึงมุมมองหรือผลกระทบด้านอื่น ๆ ของธุรกิจเลย ซึ่งการที่ธุรกิจมีรายได้หรือผลกำไรในผลประกอบการที่ดีในปีใดปีหนึ่งอาจจะไม่ได้แสดงถึงพื้นฐานการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ และผลประกอบการที่ดีในปีใดนั้นก็ไม่ได้เป็นการรับประกันความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตได้ นอกจากนี้การมุ่งหวังเฉพาะด้านรายได้ ผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม อาจจะนำไปสู่องค์กรที่ขาดจริยธรรมและการทำธุรกิจที่ขาดคุณธรรมได้ โดยธุรกิจไม่ได้มีแนวคิดการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงกระบวนการทำงาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจแห่งนี้อาจมีการขาดความโปร่งใสในการทำธุรกิจ และมีความไม่ไว้วางใจในการทำงานร่วมกับคู่ธุรกิจ ดังนั้นความสำเร็จของธุรกิจขนาด

กลาง และขนาดย่อมที่ยั่งยืนควรเป็นธุรกิจที่สำเร็จมาจากการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการภายใน และการวัดมูลค่าการเติบโตของกิจการอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

2.2.1 ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ

นักทฤษฎีหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกัน ดังนี้

Longenecker, Moore, Petty, and Palich, (2006) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ค้นพบความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hatten (2006) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ไว้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีโอกาสและผลประโยชน์ในธุรกิจ โดยเป็นผู้มีความรู้ และมีความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่มหรือดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ จะมีลักษณะพฤติกรรมดังนี้

1) มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีการริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่

2) มีการสร้างนวัตกรรม (Innovation) มีการผลิตสินค้าใหม่รวมถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจ การตลาด และการจัดการองค์การด้วยกระบวนการใหม่ ๆ

3) มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงอันเกินจากการขาดทุน หรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

4) มีความสามารถในการบริหารงานทั่วไป (General Management) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีความเหมาะสม

5) มีความมุ่งหวังในประสิทธิภาพ (Performance Intention) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความคาดหมายในผลกำไร หรือระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จากความหมายและลักษณะพฤติกรรมดังกล่าว สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของหรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยง เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง

2.2.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักพบว่า มีความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ (Dess, Lumpkin, & Eisner, 2007; Harms, 2009)

Entrialgo (2002) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวความคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ว่า คุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

Covin and Slevin (1991) ได้อธิบายชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยกล่าวว่า ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์กร 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน ประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สาม คือ ลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

2.2.3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยหลายประการประกอบกันโดยผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องมีครบทุกข้อ ซึ่งโดยทั่วไปคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ (ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs, 2552)

1) การเผชิญกับความเสี่ยง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการที่ชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมักไม่ภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่ไม่มีความเสี่ยงเลย หรือหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป โดยทั่วไปผู้ประกอบการมักเลือกงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง ซึ่งประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถที่จะบรรลุผลสำเร็จ และมีทางเลือกหลายทาง

2) ต้องการมุ่งความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นในการใช้สติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก

3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่ชอบกระทำในสิ่งซ้ำ ๆ แบบดั้งเดิม เป็นผู้เอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเม เป็นผู้เข้าใจถึงปัญหาแล้วหาแนวทางในการแก้ไข มีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตอยู่อย่างต่อเนื่อง กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากเดิม

4) รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อมีการตั้งเป้าหมายถึงความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ความคิดผูกพันกับการเอาชนะเป้าหมาย มีการวางแผนกลยุทธ์ และเตรียมป้องกันที่จะเอาชนะอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

5) ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้

6) ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก มีการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ไม่ท้อแท้แม้ว่าต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ

7) เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นการนำความผิดพลาดในอดีตมาเป็นบทเรียน เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำเอาไปประยุกต์ปรับปรุงใช้ในการทำงานให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม

8) มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจจะต้องรับบทเป็นผู้นำที่จะลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง รู้จักปรับเปลี่ยนการบริหารงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

9) มีความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประสบความสำเร็จมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นในผลสำเร็จ และมีความทะเยอทะยาน

10) มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้มีความสามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11) มีความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี และดูแลงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับผิดชอบในผลของการตัดสินใจไม่ว่าผลจะออกมาดีหรือไม่ โดยมีความเชื่อว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากตนเองมิใช่เกิดจากโชคลาภ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้เกิดขึ้น

12) มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และพัฒนางานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

13) ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม มีการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

14) กล้าตัดสินใจ และมีความมุมานะพยายาม มีความหนักแน่น เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีการทุ่มเทการทำงานอย่างสุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก

15) ไม่ตั้งความหวังกับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจมักใช้น้ำพักน้ำแรงของตนเอง จึงผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักเช่นเดียวกับตนเองเพื่อให้งานสำเร็จ มีการกำกับดูแลงานอย่างใกล้ชิดด้วยตนเอง

16) มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก มีการวางแผนการทำงานในปัจจุบันอย่างรอบคอบโดยไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว

17) สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะปรับตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้

18) ไม่ทำอะไรเกินตัว รู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินความสามารถที่จะส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจ

19) มีความร่วมมือและแข่งขัน มีการร่วมมือกับกลุ่มบุคคล เช่น สมาคม ชมรม เพื่อช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกัน และมีความสามารถในการแข่งขัน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

20) มีความประหยัด ผู้ประกอบการต้องมีความประหยัด อดออมเพื่อนำเงินไปขยายกิจการในอนาคต

21) มีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นเจ้านายที่ดีต่อลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ครอบครัว และรัฐในการเสียภาษีอากร

นอกจากนี้ วรรณี ชลนภาสถิตย์ (2552) ยังได้กล่าวถึงผู้ที่จะเข้าสู่ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่จะต้องมีคุณสมบัติเปลี่ยนไปจากอดีตที่เริ่มต้นทำธุรกิจด้วยความชอบ หรือการถ่ายทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นความรู้เฉพาะด้านการผลิตเท่านั้น แต่ในภาวะปัจจุบันปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีคุณสมบัติที่ครบถ้วน ดังนี้

1) มีความรอบรู้ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการเรื่องคน

2) กล้าสู้ เป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา ดังนั้นจึงต้องกล้าต่อสู้ทั้งงานและปัญหา

3) กล้าเสี่ยง แม้ว่าธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจะใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่ก็ต้องใช้เงินของตนเองเป็นหลัก การใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดจึงมีมากเท่า ๆ กับโอกาสความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นการท้าทายความเสี่ยง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

สรุปได้ว่า คุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการจะขึ้นอยู่กับลักษณะของกรอบความคิด และมุมมองของผู้ประกอบการแต่ละคนภายใต้สภาพแวดล้อมและลักษณะวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะทางบุคลิกภาพที่ดี รวมทั้งจะต้องทักษะของผู้ประกอบการที่จำเป็น ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางด้านความรู้ ประสบการณ์ ความกล้าเสี่ยง การใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ การมีความคิดสร้างสรรค์ การตั้งเป้าหมายและทุ่มเท การวางแผนกลยุทธ์ การโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น การยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก การทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ การเอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน การมีความสามารถในการบริหารงาน การเป็นผู้นำที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรับผิดชอบ มีความ

กระตือรือร้น ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม กล้าตัดสินใจ และมีความมุมานะพยายาม ไม่ตั้งความหวังกับผู้อื่น มีการวางแผนการทำงานในปัจจุบันอย่างรอบคอบ สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน รู้จักประมาณตนเอง มีความร่วมมือและแข่งขัน มีความประหยัด มีความซื่อสัตย์ ขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา และกล้าเสี่ยง ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะทางบุคลิกภาพ และทักษะของผู้ประกอบการ มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่า คุณลักษณะดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการในการที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ความหมายของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการพิจารณาเพื่อจัดแบ่งขนาดธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ไม่ได้กำหนดมาตรฐานให้ชัดเจนว่าขึ้นอยู่กับ ขนาดธุรกิจ คุณสมบัติส่วนบุคคล คุณภาพและมาตรฐานผลงาน ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือประเภทธุรกิจ ว่าธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จะต้องมีลักษณะอย่างไร แต่หลักเกณฑ์ที่ประเทศต่าง ๆ นำมาใช้ในการกำหนดขนาดธุรกิจโดยทั่วไป ได้แก่ ประเภทธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน ขนาดของทุนจดทะเบียน ขนาด ของสินทรัพย์ถาวร ยอดขาย ผลกำไรของการประกอบการ และจำนวนลูกค้า เป็นต้น สำหรับประเทศไทยยังไม่มีการกำหนดคำนิยาม หรือความหมายของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ใช้ร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ จึงทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้กำหนดคำนิยาม หรือความหมายของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแตกต่างกันออกไป ตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการของแต่ละองค์กร หรือแต่ละหน่วยงาน โดยทั่วไปจะใช้ขนาดของสินทรัพย์ถาวร จำนวนการจ้างงาน ขนาดของทุนจดทะเบียนเป็นต้น แต่โดยทั่วไปแล้วความหมายของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมนั้น ความหมายครอบคลุมกิจการขนาดกลาง และขนาดย่อมรวมทั้งกิจการขนาดย่อม (Mini หรือ Micro Enterprises) กิจการรับช่วงการผลิต (Supporting Industries) กิจการอิสระ (Independence Enterprises หรือ Stand Alone Enterprises) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2561)

ลักษณะเด่นที่สำคัญของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) สามารถจำแนกได้ ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2561)

1) ง่ายสู่การเข้าทำธุรกิจ เพราะใช้เงินทุนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่สูงมากนักและหากเกิดผิดพลาดในการดำเนินกิจการก็เสียหายไม่มากเกินไป และมีโอกาสฟื้นตัวได้ง่ายกว่ากิจการที่มีขนาดใหญ่

2) มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้อย่างทั่วไปและใกล้ชิด

3) สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะอย่าง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและพัฒนาไปสู่การผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัว

4) การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) ตลอดจนการผลิตและการค้าที่มุ่งความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการมากกว่ามุ่งปริมาณ

5) ในกรณีที่มีสถานการณ์วิกฤตขอบเขตของความเสียหายจะไม่มากเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจ (SMEs) มีอยู่เป็นจำนวนมากและหลากหลายประเภท ดังนั้น แม้จะได้รับผลกระทบความผันผวนทางเศรษฐกิจ จนเกิดความเสียหายต่อกิจการใดกิจการหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจการ ความเสียหายที่เกิดขึ้น ก็จะไม่มากเท่ากับกิจการขนาดใหญ่

6) เป็นกลไกที่สำคัญ ที่จะป้องกันการผูกขาด หรือช่วยให้เกิดการแข่งขันในระดับเศรษฐกิจ

ประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกิจ (SMEs) ที่มีผลต่อเศรษฐกิจไทย มีดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2561)

1) มีการกระจายตัวในการจ้างงาน

2) มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

3) มีการส่งออกและสร้างเงินตราต่างประเทศ

4) ผลิตสินค้าและบริการ สนองความต้องการภายในประเทศ รวมทั้งทดแทนการนำเข้าอันเป็นการช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ

5) มีการไหลเวียนของระบบเศรษฐกิจได้ทั่วทั้งระบบ

6) เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์ของนักลงทุนหน้าใหม่

จากข้อมูลดังกล่าว ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่กำหนดตามประเภทธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน ขนาดของทุนจดทะเบียน ขนาดของสินทรัพย์ถาวร ยอดขาย ผลกำไรของ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

การประกอบการ และจำนวนลูกค้า โดยครอบคลุมกิจการขนาดกลาง และขนาดย่อมรวมทั้งกิจการขนาดย่อม (Mini หรือ Micro Enterprises) กิจการรับช่วงการผลิต (Supporting Industries) กิจการอิสระ (Independence Enterprises หรือ Stand Alone Enterprises) ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ คือ ง่ายต่อการเข้าทำธุรกิจ มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะอย่าง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและพัฒนาไปสู่การผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นสูง ในกรณีที่มีสถานการณ์วิกฤตขอบเขตของความเสียหายจะไม่มากเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ อีกทั้งยังเป็นกลไกที่สำคัญที่จะป้องกันการผูกขาด หรือช่วยให้เกิดการแข่งขันในระดับเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตามในการประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จได้นั้นถือได้ว่ามีความยากลำบากพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจำนวนมากยังประสบปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาการขาดบุคลากรด้านการตลาด ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด ปัญหาการขาดความสามารถในการที่จะหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้ ปัญหาการขาดความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ปัญหาในด้านการบริหารจัดการ ทั้งด้านการบริหารจัดการการผลิต และปัญหาอื่น ๆ อีกจำนวนมาก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไม่ประสบผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะทำการศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม ที่อาจถือได้ว่าเป็นปัจจัยโครงสร้างเชิงสาเหตุในการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

2.4.1 ความหมายของทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

Luthans, Avolio, Avey, and Norman, (2007) ให้คำจำกัดความว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก หมายถึง คุณลักษณะทางจิตวิทยาด้านบวกที่มีอยู่ในบุคคลแต่ละคนที่สามารถพัฒนาได้ ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological) ของ Martin Seligman จำแนกออกเป็น 4 คุณลักษณะ คือ การรับรู้ศักยภาพของตนเอง (Self-Efficacy) ในการเพิ่มความพยายามในการทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเองให้ประสบความสำเร็จ การมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นการ

คิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นตอนนี้และในวันข้างหน้า ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope) และหากจำเป็นก็สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จได้ และ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) เมื่อพบเจอปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถที่จะควบคุมและปรับอารมณ์คืนสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกจึงเป็นการจัดการต้นทุนขององค์การที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่ทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์การ ได้ผลตอบแทนจากการลงทุน และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน

Newman, Ucbasaran, Zhu, and Hirst (2014) อธิบายว่า ทุนทางจิตวิทยาเป็นการปลดล็อกทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาและคงไว้ซึ่งศักยภาพในการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน

นารีรัตน์ เอี่ยมตั้งพาณิชย์ (2555) สรุปว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Positive Psychological Capital: PsyCap) พัฒนามาจากการศึกษาพฤติกรรมองค์การเชิงบวก (Positive Organization Behavior: POB) ซึ่งมีรากฐานมาจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) องค์ประกอบทั้ง 4 ประการส่งผลต่อความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมหรือการแสดงออกที่สามารถวัด พัฒนา และสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่นและผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์ (2555) ได้ให้ความหมายของ ทุนทางจิตวิทยา ไว้ในบทความทางวิชาการ ว่า ทุนทางจิตวิทยา เป็นสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่แสดงถึงความเข้มแข็งและศักยภาพทางจิตใจ แม้บุคคลจะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานก็จะสร้างเสริมพฤติกรรมทางบวก คือ มีความหวังมั่นใจว่าตนเองจะหาวิธีการในการแก้ปัญหาได้ซึ่งสภาวะทางจิตใจนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมขององค์การ

สิริพร วงษ์โทน (2554) สรุปไว้ว่า แนวคิดของทุนทางจิตวิทยาด้านบวก เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากการศึกษาพฤติกรรมองค์การเชิงบวก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของจิตวิทยาเชิงบวก โดยแนวคิดของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นการศึกษาที่ประยุกต์ใช้คุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่ดีและเป็นด้านบวกของมนุษย์ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ความหวัง การมองโลกในแง่ดี และความยืดหยุ่นทางอารมณ์

จากความหมายของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกที่ได้รวบรวมมาแล้วนั้น ผู้วิจัยขอสรุปว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก หมายถึง แนวคิดของบุคคลในทางบวกซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการมีพฤติกรรมทางบวกในการดำเนินชีวิตทั้งในการปฏิบัติงานในองค์การและการดำเนินชีวิตในประจำวัน

2.4.2 องค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก หมายถึง คุณลักษณะทางจิตวิทยาด้านบวกที่มีอยู่ในบุคคลแต่ละคนที่สามารถพัฒนาได้และถูกจำแนกออกเป็น 4 คุณลักษณะ คือ (Luthans et al., 2007)

1) มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)

ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง หรือ การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีเรื่องการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) โดย Bandura ในปี 1997 ที่มีการนำมาศึกษาต่ออย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นเรื่องของความเชื่อตามการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อตนเอง และยังเป็นหนึ่งในตัวแปรย่อยของแนวคิดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ซึ่งความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ตามแนวคิดของ Bandura มีที่มาจากการที่บุคคลต้องการควบคุมระดับของแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการกระทำที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อของตัวเองที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความเชื่อของบุคคลในความสามารถเชิงสาเหตุที่เป็น จุดสำคัญของความต้องการ กลายมาเป็นความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในที่สุด หรืออาจเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นความคาดหวัง (Expect) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ (Bandura, 1997) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีผลต่อบุคคลในด้านของการคิด ความรู้สึก แรงจูงใจ ทำให้ความเชื่อในความสามารถเป็นความแตกต่างอย่างมีระบบระเบียบ และมีความสอดคล้องที่แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นนั้นมีส่วนทำให้เกิดแรงจูงใจและความสำเร็จของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ (Bandura, 1997)

Bandura (1997) เสนอว่า ความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความสามารถนั้นมีปัจจัยที่ทำให้เกิดอยู่ 4 ปัจจัยหลัก คือ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่ตนเองประสบความสำเร็จ (Mastery Experiences) ประสบการณ์ของผู้อื่นที่พบเห็นได้ยินรับรู้ (Vicarious Experiences) การได้รับการชักนำจูงใจจากสิ่งต่าง ๆ ในสังคม (Social Persuasion) และ สภาวะของร่างกายและอารมณ์ของตนเอง (Physiological and Emotional States) โดยความเชื่อมั่นของบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ กระบวนการคิด ตลอดจนกำหนดพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา 4 กระบวนการที่มีส่วนจัดการความเชื่อมั่นใน

ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อบุคคล (Bandura, 1994) ด้วย คือ 1) กระบวนการรับรู้หรือกระบวนการคิด (Cognitive Processes) 2) กระบวนการแรงจูงใจ (Motivational Processes) 3) กระบวนการทางด้านอารมณ์ (Affective Processes) และ 4) กระบวนการคัดเลือก (Selection Processes)

ในการวัดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองนั้น (เกรียงสุข เฟื่องฟู, 2554; Bandura, 1997) ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ที่ต้องการมากกว่าจะวัดกับความรู้สึกของประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นจริง โดยที่ความคาดหวังจะเป็นเพียงการประเมินแบบกว้าง ๆ ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่บุคคลต้องการจะนำเสนอผ่านปัจจัยทางสถิติเพียงมิติเดียว จากการทดลองของ Davison and Wilson (1993) และ Lick and Bootzin (1975 อ้างถึงใน Bandura, 1997) พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองจะถูกถามคำถามง่าย ๆ ในการตัดสินว่าพวกเขาคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากสิ่งที่ได้อย่างไร เมื่อผู้เข้าร่วมการทดลองต้องประเมินความสามารถของตนเอง พวกเขาจะประเมินผ่านการช่วยเหลือที่ได้รับจากภายนอกมากกว่าการพัฒนาความสามารถ ทำให้การวัดแบบกว้าง ๆ ส่งผลโดยรวมจากสิ่งอื่น ๆ เช่น ความคาดหวัง ความคิด ความเชื่อในศักยภาพของกระบวนการและความศรัทธา ดังนั้นความคาดหวังต่อผลลัพธ์ที่ได้จึงมีความสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยต่อความสำคัญของการการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2) การมองโลกในแง่ดี (Optimism)

แนวคิดการมองโลกในแง่ดี ที่เสนอขึ้นโดย Carver and Scheier (1989) พบว่า โครงสร้างหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการมองโลกในแง่ดี คือ ความคาดหวัง ที่ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจ เมื่อบุคคลมีเป้าหมายที่ต้องการ พวกเขาก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างเหมะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายนั้น โดยรูปแบบของความคาดหวังแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ เป้าหมาย และ ความคาดหวัง (Snyder & Lopez, 2005) จากการศึกษาของ Gillham and Reivich (2004) เกี่ยวกับการพัฒนาคุณลักษณะของการมองโลกในแง่ดีในเด็กและผู้ใหญ่ พบปัจจัยที่ทำให้เกิดการมองโลกในแง่ดีจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยการเลี้ยงดูของพ่อแม่ (Parenting) สถานการณ์เลวร้าย (Negative Events) การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ (Cognitive Experience) โดยการมองโลกในแง่ดี ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในทุก ๆ ด้าน ทั้งเรื่องของความอยู่ดีมีสุข การจัดการกับปัญหาต่าง ๆ และผลการทำงาน

3) ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope)

ความคาดหวังเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางจิตวิทยาด้านบวก เป็นเงื่อนไขทางจิตวิทยาตัวหนึ่งของบุคคลที่แสดงให้เห็นถึงด้านบวกของบุคคลในการพยายามไปให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังพัฒนาขึ้นโดย Snyder ในช่วงเริ่มต้นทศวรรษที่ 21 และต่อมา Luthans et al. (2007) ได้นำมาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแนวคิดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก โดยความคาดหวังหรือความหวัง (Hope) เป็นความคิดของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายที่ตนเองต้องการ เป็นตัวกระตุ้นให้หาวิธีหรือเส้นทางที่จะไปให้ถึงเป้าหมายนั้น ซึ่งแนวคิดเรื่องความคาดหวังนี้ก็มักจะถูกนำไปเปรียบเทียบกับแนวคิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แนวคิดของการมองโลกในแง่ดี หรือแม้แต่แนวคิดของความภาคภูมิใจในตนเอง บุคคลแต่ละคนล้วนต่างมีเป้าหมายในชีวิตแตกต่างกันไป วิธีการหรือเส้นทางที่จะไปให้ถึงเป้าหมายก็แตกต่างกัน แต่ทั้งสองอย่างก็จะมีแรงจูงใจเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้บุคคลประสบความสำเร็จได้ในท้ายที่สุด ความคาดหวังแบ่งแนวทางการคิดเกี่ยวกับเป้าหมายออกเป็น 3 ส่วน คือ เป้าหมาย (Goal) วิธีหรือเส้นทาง (Pathway) และพลังขับเคลื่อน (Agency) (Snyder, 2002)

4) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience)

ความยืดหยุ่นทางอารมณ์มีการศึกษามานานตั้งแต่ในอดีต แต่เริ่มมีการนำมาพัฒนาและศึกษาอย่างจริงจังในช่วงปี 1970 ซึ่งในอดีตนั้น บุคคลจะรู้จักความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) ในรูปของคำอื่น เช่น ความคงทน คงอยู่ ไม่สามารถทำลายได้ (Invulnerable) ความยืดหยุ่น การคืนสภาพได้ (Resilient) หรือ สิ่งต่อต้านความเครียด (Stress-Resistant) ต่อมาในภายหลังจึงเปลี่ยนมาใช้ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) (Snyder & Lopez, 2005) ซึ่งเป็นความสามารถส่วนบุคคลมากกว่าจะเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีเกณฑ์ที่แตกต่างกันสำหรับความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ขณะที่บางส่วนก็ไม่ได้คาดหวังที่จะปรับสภาพทางอารมณ์เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น ดังนั้น ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ของบุคคลจึงถูกแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมและเป็นรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Masten & Powell, 2003) ในอดีตความยืดหยุ่นทางอารมณ์จะได้รับการศึกษามากในบริบทของจิตวิทยาคลินิกหรือการบำบัดทางจิตในเด็กและบุคคลที่มีประสบการณ์ที่ไม่น่าจดจำ ซึ่งต่อมาในภายหลังก็เริ่มมีการนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานมากขึ้น

จากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาพบว่า ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน การมีพฤติกรรมที่ดีต่อองค์การ ความพึงพอใจในงาน ความสุขในงานที่ทำ และความผูกพันต่อ

องค์การ (Youssef & Luthans, 2007) รวมทั้งความตั้งใจที่จะลาออกจากงาน (Luthans, Avey, & Jensen, 2009) ซึ่งจากการศึกษาในอดีตนั้นทำให้ตระหนักได้ว่าความยืดหยุ่นทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อบุคคลในการปฏิบัติงานในองค์การ (Coutu, 2002 อ้างถึงใน Luthans & Youssef, 2004) นอกจากนี้ Luthans & Youssef (2004 อ้างถึงใน Luthans & Youssef, 2004) เกี่ยวกับการพัฒนาความยืดหยุ่นทางอารมณ์ของบุคคลและในการทำงานว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่เป็นทักษะด้านการรู้จักตัวเองและทักษะด้านการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทั้งสองได้พัฒนาวิธีในการช่วยพัฒนาการปรับสภาพอารมณ์ในการทำงาน อีกทั้งความยืดหยุ่นทางอารมณ์ยังเป็นกระบวนการหนึ่งในการดำเนินชีวิตและการทำงานภายในองค์การ ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Luthans & Youssef, 2004)

การศึกษาองค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าแนวคิดของทุกองค์ประกอบล้วนแล้วแต่มีวิธีในการพัฒนาแนวคิดตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทั้งนี้เนื่องจากทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นปัจจัยหลักที่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานและความพึงพอใจของผู้ประกอบการได้ (Luthans, Avey, Avolio, Norman, & Combs, 2006)

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ

2.5.1 ความหมายของคำว่า เครือข่าย

ความหมายของเครือข่ายนั้นแม้ไม่ได้มีการนิยามไว้อย่างชัดเจน แต่ก็มีผู้ให้ ความหมายของ “เครือข่าย” ไว้อย่างมากมาย ดังต่อไปนี้

กาญจนา แก้วเทพ (2538) ได้ให้ความหมายว่า “เครือข่าย” หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลาย ๆ องค์กรที่ต่างมีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงาน และกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้มาประสานงานกันมีระยะเวลานานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็มีการวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบเสมือนมีการต่อสายโทรศัพท์เอาไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กรเครือข่าย แม้ว่าองค์กรเหล่านี้จะมีบางอย่างร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายร่วมกัน มีประโยชน์

ร่วมกัน องค์กรเหล่านี้ก็ยังคงความเป็นเอกเทศอยู่ เพราะการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเป็นการเข้าร่วมเพียงบางส่วนขององค์กรเท่านั้น

อคิน รพีพัฒน์ (2547) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายไว้ว่า “เครือข่าย” หมายถึง การเป็นพวกกันหลาย ๆ องค์กรชุมชน เพื่อทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และมีเป้าหมายร่วมกันบางอย่างร่วมกัน เช่น เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ เกิดจากการที่กลุ่มออมทรัพย์ในชุมชนต่าง ๆ มารวมกันเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำกลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น

ประหยัด จตุพรพิทักษ์กุล (2538) ให้คำนิยามของ “เครือข่าย” ไว้ว่า เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชนระหว่างชุมชน กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยมีหลักยึดตามขอบเขตพื้นที่ประเด็นเนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียว กระบวนการดังกล่าวเกิดจากท้องถิ่น เหมาะสมกับท้องถิ่นที่จะช่วยให้บุคคลและชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การปฏิบัติ แบบอย่างของผู้รู้ การอบรมสั่งสอนในบริบททางสังคม คมนาคมแบบการติดต่อที่สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้การไปมาหาสู่ดูงานการร่วมกันทำ ข้ามเขตแดนของชุมชน อำเภอ จังหวัดและภาคเป็นไปได้ง่าย

จากความหมายและคำนิยามดังสามารถสรุปได้ว่า “เครือข่าย” (Network) คือ การเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรเข้าด้วยกัน ด้วยความสมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่าย ด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญจากความหมายดังกล่าวได้ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ 2) กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน 3) การเป็นสมาชิกเครือข่ายต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุยสนทนากัน โดยไม่ได้ “ร่วมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เปรียบเหมือนการเอาก้อนอิฐมากองรวมกัน ย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาอิฐแต่ละก้อนมาก่อกันเป็นกำแพงโดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็นระบบ และก็ไม่ใช่เป็นแค่การรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

เท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย และไม่ใช่การรวบรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ในมือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อการมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อมามากก็ยิ่งทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระทำเช่นนี้เปรียบเสมือนการขยายถุงใส่อิฐให้โตขึ้นเพื่อจะได้บรรจุอิฐได้มากขึ้น แต่กองอิฐในถุงก็ยังวางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ

ดังนั้นเครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตามความจำเป็น เมื่อภารกิจบรรลุเป้าหมายแล้ว เครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นหรือมีภารกิจใหม่อาจกลับมารวมตัวกันได้ใหม่ หรือจะเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาวก็ได้ การรวมตัวเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ต้องสกัดเอาส่วนดีหรือ จุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกัน เป็นการผนึกกำลัง (Synergy) ในลักษณะที่มากกว่าหนึ่งบวกหนึ่งเท่ากับสอง แต่ต้องเป็นหนึ่งบวกหนึ่งมากกว่าสอง เรียกว่าเป็น “พลังทวีคูณ” ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่าผลรวมที่เกิดจากการปล่อยให้ต่างคนต่างทำแล้วนำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

2.5.2 องค์ประกอบของเครือข่าย

โดยทั่วไปเครือข่ายจะประกอบด้วย เครือข่ายแท้และเครือข่ายเทียม โดยเครือข่ายเทียม (Pseudo Network) หมายถึง เครือข่ายชนิดที่เราหลงผิดคิดว่าเป็นเครือข่าย แต่แท้จริงแล้วเป็นแค่การชุมนุมพบปะสังสรรค์ระหว่างสมาชิก โดยที่ต่างคนต่างก็ไม่ได้มีเป้าหมายร่วมกัน และไม่ได้ตั้งใจที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นการรวมกลุ่มแบบเฮโลสาระพา หรือรวมกันตามกระแสนิยมที่ไม่มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ลักษณะของเครือข่ายเทียมจะไม่มีการสานต่อระหว่างสมาชิก ดังนั้น การทำความเข้าใจกับองค์ประกอบของเครือข่ายจึงมีความสำคัญ เพื่อช่วยให้สมาชิกสามารถสร้างเครือข่ายแท้แทนการสร้างเครือข่ายเทียม โดยเครือข่ายแท้มีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 7 ประการ คือ (งานส่งเสริมเครือข่าย, ออนไลน์ สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562)

1) มีการรับรู้มุมมองที่เหมือนกัน (Common Perception) สมาชิกในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้เหมือนกันถึงเหตุผลในการเข้ามาร่วมกันเป็นเครือข่าย เช่น มีความเข้าใจในตัวปัญหาและมีจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน ประสบกับปัญหาอย่างเดียวกัน

หรือต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาหรือลดความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าเริ่มต้นด้วยการรับรู้ที่ต่างกัน มีมุมมองหรือแนวคิดที่ไม่เหมือนกันแล้ว จะประสานงานและขอความร่วมมือยาก เพราะแต่ละคนจะติดอยู่ในกรอบความคิดของตัวเอง มองปัญหาหรือความต้องการไปคนละทิศละทาง แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายจะมีความเห็นที่ต่างกันไม่ได้ เพราะมุมมองที่แตกต่างช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ในการทำงาน แต่ความแตกต่างนั้นต้องอยู่ในส่วนของกระบวนการ (Process) ภายใต้การรับรู้ถึงปัญหาที่สมาชิกทุกคนยอมรับแล้ว มิฉะนั้นความเห็นที่ต่างกันจะนำไปสู่ความแตกแยกและแตกหักในที่สุด

2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) วิสัยทัศน์ร่วมกัน หมายถึง การที่สมาชิกมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกัน มีการรับรู้และเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปด้วยกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันจะทำให้กระบวนการขับเคลื่อนเกิดพลัง มีความเป็นเอกภาพ และช่วยผ่อนคลายความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันในทางตรงกันข้าม ถ้าวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของสมาชิกบางกลุ่มขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่าย พฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มนั้นก็จะเริ่มแตกต่างจากแนวปฏิบัติที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน ดังนั้นแม้ว่าจะต้องเสียเวลามากกับความพยายามในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน แต่ก็จำเป็นจะต้องทำให้เกิดขึ้น หรือถ้าสมาชิกมีวิสัยทัศน์ส่วนตัวอยู่แล้ว ก็ต้องปรับให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเครือข่ายให้มากที่สุดแม้จะไม่ซ้อนทับกันแนบสนิทจนเป็นภาพเดียวกัน แต่อย่างน้อยก็ควรสอดรับไปในทิศทางเดียวกัน

3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Interests/Benefits) คำว่าผลประโยชน์ในที่นี้ครอบคลุมทั้งผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและผลประโยชน์ไม่ใช่ตัวเงิน เป็นความต้องการ (Need) ของมนุษย์ในเชิงปัจเจก เช่น เกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับ โอกาสในความก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ เป็นต้น สมาชิกของเครือข่ายเป็นมนุษย์ปุถุชนธรรมดาที่ต่างก็มีความต้องการเป็นของตัวเอง (Human Needs) ถ้าการเข้าร่วมในเครือข่ายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของเขา หรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน ก็จะเป็นแรงจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายมากขึ้น ดังนั้นในการที่จะดึงใครสักคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่าย จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการเข้าร่วม ถ้าจะให้ดีต้องพิจารณาล่วงหน้าก่อนที่เขาจะร้อง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ขอ ลักษณะของผลประโยชน์ที่สมาชิกแต่ละคนจะได้รับอาจแตกต่างกัน แต่ควรต้องให้ทุกคน และต้องเพียงพอที่จะเป็นแรงจูงใจให้เขาเข้ามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติได้จริง ไม่ใช่เป็นเข้ามาเป็นเพียงไม้ประดับเนื่องจากมีตำแหน่งในเครือข่าย แต่ไม่ได้ร่วมปฏิบัติภารกิจ เมื่อใดก็ตามที่สมาชิกเห็นว่าเขาเสียประโยชน์มากกว่าได้ หรือเมื่อเขาได้ในสิ่งที่ต้องการเพียงพอแล้ว สมาชิกเหล่านั้นก็จะออกจากเครือข่ายไปในที่สุด

4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (Stakeholders Participation) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้นสถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรมีความเท่าเทียมกัน ทุกคนอยู่ในฐานะ “หุ้นส่วน (Partner)” ของเครือข่าย เป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (Horizontal Relationship) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนมากกว่าความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง (Vertical Relationship) ในลักษณะเจ้านายลูกน้อง ซึ่งบางครั้งก็ทำได้ยากในทางปฏิบัติเพราะต้องเปลี่ยนกรอบความคิดของสมาชิกในเครือข่ายโดยการสร้างบริบทแวดล้อมอื่น ๆ เข้ามาประกอบ แต่ถ้าทำได้จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมาก

5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็สร้างความเข้มแข็งให้กันและกัน โดยนำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง แล้วทำให้ได้ผลลัพธ์เพิ่มขึ้นในลักษณะพลังทวีคูณ มากกว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อต่างคนต่างอยู่

6) การเกื้อหนุนพึ่งพากัน (Interdependence) เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน การที่สมาชิกเครือข่ายตกอยู่ในสภาวะจำกัดทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ ไม่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยตนเองโดยปราศจากเครือข่าย จำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การทำให้หุ้นส่วนของเครือข่ายยึดโยงกันอย่างเหนียวแน่น จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่าหากเอาหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไปจะทำให้เครือข่ายล้มลงได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงอยู่ของเครือข่าย การเกื้อหนุนพึ่งพากันในลักษณะนี้จะส่งผลให้สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

7) มีปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีการปฏิสัมพันธ์กันแล้ว ก็ไม่ต่างอะไรกับก้อนหินแต่ละก้อนที่รวมกันอยู่ในถุง แต่ละก้อนก็อยู่ในถุงอย่างเป็นอิสระ ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น มีการติดต่อกันผ่านทางการเขียน การพบปะพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกันโดยที่ผลของการปฏิสัมพันธ์นี้ต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกควรเป็นการแลกเปลี่ยนกัน (Reciprocal Exchange) มากกว่าที่จะเป็นผู้ให้หรือเป็นผู้รับฝ่ายเดียว (Unilateral Exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใดก็จะเกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น ทำให้การเชื่อมโยงแน่นเฟ้นมากขึ้น มีการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบข้างต้นไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปช่วยจำแนกระหว่างเครือข่ายแท้กับเครือข่ายเทียมเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย และองค์ประกอบทั้งหลายข้อนั้นเป็นตัวที่จะช่วยให้เครือข่ายสามารถรวมตัวกัน และพัฒนาเครือข่ายจนกลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีพลัง

2.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย (Networking)

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การทำให้มีการติดต่อ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่น การส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย (Networking) ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้ (งานส่งเสริมเครือข่าย, ออนไลน์ สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562)

1) ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย

การพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใด ๆ ที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกันเป็นวัฒนธรรมภายในกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารกับภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิม อาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้า

จะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลานานมาก จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ การสร้าง “เครือข่าย” สามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียน และประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ให้ความร่วมมือ และทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน เสมือนการเปิดประตูสู่โลกภายนอก

2) การก่อเกิดของเครือข่าย

เครือข่ายแต่ละเครือข่าย ต่างมีจุดเริ่มต้น หรือถูกสร้างมาด้วยวิธีการต่าง ๆ กัน แบ่งชนิดของเครือข่ายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

2.1) เครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ เครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกัน ทำงานคล้ายคลึงกันหรือประสบกับสภาพปัญหาเดียวกันมาก่อน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวสมาชิกเอง (ฉันทะ) เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่อาศัยความเป็นเครือญาติ เป็นคนในชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการขยายเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของกลุ่มมากขึ้น ในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น เครือข่ายประเภทนี้ มักใช้เวลาก่อร่างสร้างตัวที่ยาวนานแต่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว มักจะเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น

2.2) เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายจัดตั้งมักจะมีความเกี่ยวพันกับนโยบายหรือการดำเนินงานของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ การจัดตั้งอยู่ในกรอบความคิดเดิมที่ใช้กลไกของรัฐผลักดันให้เกิดงานที่เป็นรูปธรรมโดยเร็ว และส่วนมากภาคีหรือสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่ายมักจะไม่ได้มีพื้นฐาน ความต้องการความคิด ความเข้าใจ หรือมุมมองในการจัดตั้งเครือข่ายที่ตรงกันมาก่อนที่จะเข้ามารวมตัวกัน เป็นการทำงานเฉพาะกิจชั่วคราวที่ไม่มีความต่อเนื่อง และมักจะจางหายไปในที่สุด เว้นแต่ว่าเครือข่ายจะได้รับการชี้แนะที่ดี ดำเนินงานเป็นขั้นตอนจนสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดเป็นความผูกพันระหว่างสมาชิกจนนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มสมาชิกจะยังคงรักษาสถานภาพของเครือข่ายไว้ได้ แต่มีแนวโน้มที่จะลดขนาดของเครือข่ายลงเมื่อเปรียบเทียบกับระยะก่อตั้ง

2.3) เครือข่ายวิวัฒนาการ เป็นการถือกำเนิดโดยไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติตั้งแต่แรก และไม่ได้เกิดจากการจัดตั้งโดยตรง แต่มีกระบวนการพัฒนาผสมผสานอยู่ โดย

เริ่มที่กลุ่มบุคคล/องค์กรมารวมกันด้วยวัตถุประสงค์กว้าง ๆ ในการสนับสนุนกันและเรียนรู้ไปด้วยกัน โดยยังไม่ได้สร้างเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เฉพาะที่ชัดเจนนัก หรืออีกลักษณะหนึ่งคือถูกจุดประกายความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการได้รับฟัง หรือการไปได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่น ๆ มา แล้วเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้างพันธะสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง เครือข่ายที่ว่านี้แม้จะไม่ได้เกิดจากแรงกระตุ้นภายในโดยตรงตั้งแต่แรก แต่ถ้าสมาชิกมีความตั้งใจจริงที่เกิดจากจิตสำนึกที่ดี เมื่อได้รับการกระตุ้นและสนับสนุน ก็จะสามารถพัฒนาต่อไปจนกลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งทำนองเดียวกันกับเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเครือข่ายในลักษณะนี้พบเห็นอยู่มากมาย เช่น เครือข่ายผู้สูงอายุเครือข่ายโรงเรียนสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น

3) การรักษาเครือข่าย

ตราบใดที่ภารกิจเครือข่ายยังไม่สำเร็จย่อมมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาเครือข่ายไว้ ประคับประคองให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และบางกรณีหลังจากเครือข่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ก็จำเป็นต้องรักษาความสำเร็จของเครือข่ายไว้ หลักการรักษาความสำเร็จของเครือข่าย มีดังนี้

3.1) มีการจัดกิจกรรมร่วมที่ดำเนินอย่างต่อเนื่อง เครือข่ายจะก้าวไปสู่ช่วงชีวิตที่ถดถอยหากไม่มีกิจกรรมใด ๆ ที่สมาชิกของเครือข่ายสามารถกระทำร่วมกัน เนื่องจากไม่มีกิจกรรมก็ไม่มีกลไกที่จะดึงสมาชิกเข้าหากัน สมาชิกของเครือข่ายก็จะไม่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กัน เมื่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิดลดลงก็ส่งผลให้เครือข่ายเริ่มอ่อนแอ สมาชิกจะเริ่มสงสัยในการคงอยู่ของเครือข่าย บางคนอาจพาลคิดไปว่าเครือข่ายล้มเลิกไปแล้ว

ความยั่งยืนของเครือข่ายจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้มีการจัดกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งกิจกรรมดังกล่าวกลายเป็นแบบแผน (Pattern) ของการกระทำที่สมาชิกของเครือข่ายยอมรับโดยทั่วกัน ด้วยเหตุนี้ การที่จะรักษาเครือข่ายไว้ได้ต้องมีการกำหนดโครงสร้างและตารางกิจกรรมไว้ให้ชัดเจน ทั้งในแง่ของเวลา ความถี่ และต้องเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดสมาชิกให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมเดียวที่ใช้สำหรับสมาชิกทุกคน กล่าวคือ ควรจะมีกิจกรรมย่อยที่หลากหลายเพียงพอที่จะตอบสนองความสนใจของสมาชิกกลุ่มย่อยในเครือข่ายด้วย โดยที่กิจกรรมเหล่านี้ก็ยังต้องอยู่ในทิศทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายของเครือข่าย กิจกรรมเหล่านี้อาจจัดในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การวางแผนงานร่วมกัน การพบปะเพื่อประเมินผลร่วมกันประจำทุกเดือน เป็นต้น หรือจัดในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น จัดกีฬา สันทนาการระหว่างสมาชิก จัดงานประเพณีท้องถิ่นร่วมกัน เป็นต้น ในกรณีที่

เครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างขวางมาก กิจกรรมไม่ควรรวมศูนย์อยู่เฉพาะส่วนกลาง ควรกระจายจุดพบปะสังสรรค์หมุนเวียนกันไปเพื่อให้สมาชิกเข้าร่วมได้โดยสะดวก

3.2) การรักษาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกเครือข่าย สัมพันธภาพที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในการรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนต่อไป ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเสมือนน้ำมันที่คอยหล่อลื่นการทำงานร่วมกันให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เมื่อใดที่สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกบาดหมางไม่เข้าใจกัน หรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกันโดยหาข้อตกลงไม่ได้ สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกก็จะเริ่มแตกร้าว ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขอย่างทันท่วงที ก็จะนำไปสู่ความเสื่อมถอยและความสิ้นสุดลงของเครือข่ายได้ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกโดยเฉพาะ และควรจัดอย่างสม่ำเสมอไม่ใช่จัดในช่วงที่มีปัญหาเกิดขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้สมาชิกของเครือข่ายพึงตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสัมพันธภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกันที่อาจเกิดขึ้น สมาชิกควรแสดงความเป็นมิตรต่อกัน เมื่อเกิดความขัดแย้งต้องรีบแก้ไข และดำเนินการไกล่เกลี่ยให้เกิดความเข้าใจกันใหม่ และควรมีมาตรการป้องกันปัญหาก่อนที่จะเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน เช่น ในการจัดโครงสร้างองค์กร ควรแบ่งอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน และไม่ซ้ำซ้อน การกำหนดเป้าหมายการทำงานที่สมาชิกยอมรับร่วมกัน การจัดสรรทรัพยากรอย่างเพียงพอ การกำหนดผู้นำที่เหมาะสม การกำหนดกติกาอันเป็นที่ยอมรับร่วมกัน เป็นต้น

3.3) การกำหนดกลไกสร้างระบบจูงใจ สมาชิกจะยังเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายตราบเท่าที่ยังมีสิ่งจูงใจเพียงพอที่จะดึงดูดให้เข้าไปมีส่วนร่วม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดกลไกบางประการที่จะช่วยจูงใจให้สมาชิกเกิดความสนใจอยากเข้ามีส่วนร่วม ซึ่งตามทฤษฎีแรงจูงใจแล้ว ปัจเจกต่างก็มีสิ่งจูงใจที่ต่างกัน ดังนั้น ควรทำการวิเคราะห์เพื่อบ่งชี้ถึงแรงจูงใจที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละบุคคล แล้วทำการจัดกลุ่มของสิ่งจูงใจที่ใกล้เคียงกันออกเป็นกลุ่ม ๆ อาทิ ค่าตอบแทน เกียรติยศชื่อเสียง การยอมรับ ฯลฯ อันจะนำไปสู่มาตรการในการสร้างแรงจูงใจสำหรับบุคคลในแต่ละกลุ่มอย่างเฉพาะเจาะจง

ถ้าจำเป็นจะต้องให้ค่าตอบแทนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจ ควรเป็นการแลกเปลี่ยนกับผลงานมากกว่าการให้ผลตอบแทนในลักษณะเหมาจ่าย กล่าวคือ ผู้ที่รับค่าตอบแทนต้องสร้างผลงานเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน โดยผลงานที่ได้ต้องสนับสนุนและสอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ของการพัฒนาเครือข่าย และควรมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน เพื่อสร้างทักษะผูกพันระหว่างผู้รับทุนและผู้ใช้ทุนการให้ค่าตอบแทนก็ไม่ควรให้ทั้งหมดในงวดเดียว เพื่อให้มีการปรับลดค่าตอบแทนได้หากผู้รับทุนไม่ดำเนินการตามสัญญา ในกรณีที่ต้องการให้เกียรติยศและชื่อเสียงเป็นสิ่งจูงใจโดยเฉพาะในงานพัฒนาสังคมที่มักจะไม่มีค่าตอบแทนการดำเนินงาน จำเป็นต้องหาสิ่งจูงใจอื่นมาชดเชยสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ตามทฤษฎีของ Maslow ความต้องการการยกย่องจากผู้อื่น (Esteem Needs) ที่อยู่ในรูปของอำนาจเกียรติยศชื่อเสียง หรือสถานะทางสังคม เป็นสิ่งที่นำมาใช้จูงใจได้ อาจทำเป็นรูป “สัญลักษณ์” บางอย่าง ที่สื่อถึงการได้รับเกียรติยศ การยกย่องและมีคุณค่าทางสังคม เช่น การประกาศเกียรติยศ เข็มเชิดชูเกียรติโล่เกียรติยศ เป็นต้น โดยสัญลักษณ์เหล่านี้ต้องมีคุณค่าเพียงพอให้เขาปรารถนาอยากที่จะได้และควรมีเกียรติยศหลายระดับที่จูงใจสมาชิกเครือข่ายให้ร่วมมือลงแรงเพื่อไต่เต้าไปสู่ระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่อง และควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่รายชื่อคนกลุ่มนี้อย่างกว้างขวาง

3.4) การจัดหาทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอ หลายเครือข่ายต้องหยุดดำเนินการไป เนื่องจากขาดแคลนทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานที่เพียงพอ ทั้งด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร ที่สำคัญคือ เงินทุนในการดำเนินงานซึ่งเปรียบเสมือนเลือดที่ไหลเวียนหล่อเลี้ยงเครือข่ายให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ เมื่อขาดเงินทุนเพียงพอที่จะจุนเจือเครือข่ายอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด หากได้รับการสนับสนุนจะต้องมีระบบตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุม และมีการรายงานผลเป็นระยะ หากการดำเนินงานไม่คืบหน้าอาจให้ระงับทุนได้

3.5) การให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ไขปัญหา เครือข่ายอาจเกิดปัญหาระหว่างการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายที่เพิ่งเริ่มดำเนินการใหม่ ๆ การมีที่ปรึกษาที่ดีคอยให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือจะช่วยให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และช่วยหนุนเสริมให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ควรมีที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำเป็นแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้า และช่วยอบรมภาวะความเป็นผู้นำให้กับสมาชิกเครือข่าย

3.6) การสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง องค์กรหรือเครือข่ายที่เคยประสบความสำเร็จกลับต้องประสบกับความล้มเหลวอย่างรุนแรงเมื่อเวลาผ่านไป เพราะไม่ได้ “สร้างคน” ขึ้นมาเพื่อสานต่อภารกิจของเครือข่าย จำเป็นต้องสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เครือข่ายต้องคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งความรู้ ความสามารถ การมีประสบการณ์ร่วมกับเครือข่ายและที่สำคัญ คือ เป็นที่ยอมรับนับถือและสามารถ เป็นศูนย์รวมใจของคนในเครือข่ายได้ ดำเนินการให้คนเหล่านี้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำหน้าที่เป็นสมาชิกแกนหลัก เพื่อสืบสานหน้าที่ต่อไปเมื่อสมาชิกแกนหลักต้องหมดวาระไป

2.5.4 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ

"เครือข่ายธุรกิจ (Business Network)" หมายถึง กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการระหว่างธุรกิจกับธุรกิจอื่นที่ตั้งอยู่ทั้งในและต่างประเทศ (Perez & Sanchez, 2002; Lin & Zhang, 2005) เครือข่ายมีบทบาทสำคัญในองค์กรธุรกิจเพราะเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญที่ดีในด้านโอกาสในการดำเนินธุรกิจความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจหมายถึง การมีเครือข่ายขององค์กรธุรกิจ โดยทั่วไปแนวคิดของเครือข่ายและระบบเครือข่ายกลายเป็นส่วนสำคัญในการสำรวจวิธีการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ หากแต่ระบบเครือข่ายเป็นกิจกรรมที่แตกต่างกันไปตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เวลา และสถานที่ต่าง ๆ (O'Donnell, 2004) จากแนวคิดของ Beamish and Munro (2011) พบว่า เครือข่ายธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เป็นการแข่งขันทางธุรกิจระดับโลกในปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจข้ามชาติ (Multinational Firm) สามารถใช้ข้อได้เปรียบในด้านต่าง ๆ มาทำการแข่งขัน เช่น สามารถแสวงหาเงินลงทุนได้ง่ายในต้นทุนต่อจากตลาดเงินทั่วโลกและใช้กำลังเงินลงทุนนั้น มาลงทุนในการวิจัยและออกแบบตลอดจนลงทุนในเทคโนโลยีที่มีราคาแพง เพื่อสร้างข้อได้เปรียบเหนือกิจการอื่น ทำการตลาดระดับโลก สร้างตราสินค้าระดับโลกและลงทุนโฆษณาด้วยเงินทุนจำนวนสูง ลงทุนในระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจเครือข่ายและสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก ให้มีข้อมูลที่ครบถ้วน และสามารถให้บริการที่ครบวงจรผ่านเครือข่ายทาให้สามารถสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบได้ในราคาต่ำกว่าคู่แข่งขัน สามารถจัดระบบการขนส่งในด้าน Logistics ในระบบเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ สามารถต่อรองราคาค่าขนส่งให้ต่ำกว่าคู่แข่งขันสามารถลงทุนในด้านการบริหารอย่างคุ้มค่า เพราะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่

และจากแนวคิดของ Dess, Lumpkin, and Eisner (2012) พบว่า การที่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จะสามารถป้องกันตนเองให้พ้นจากการล้มเหลวทางธุรกิจและสามารถทำการแข่งขันได้ในการแข่งขันระดับโลก จะต้องหาวิธีการใหม่ ที่รักษาความคล่องตัวของธุรกิจขนาดเล็ก แต่ต้องมีกลไกที่สร้างเครือข่ายที่เรียกว่า Commerce Networking ให้ธุรกิจขนาดเล็กหลายแห่ง รวมกำลังกันเพื่อให้มีจุดเด่นบางอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่ นอกจากนี้แนวคิดของ Laffan (1994) ยังพบว่า เครือข่ายธุรกิจเป็นวิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่ง ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกัน ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจในเครือข่ายนั้นสามารถทำงานที่แต่ละธุรกิจทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่ายจะทำให้ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) สามารถอยู่รอดและแข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้

กระบวนการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจ (Business Networking) ปกติจะเกิดขึ้นเองในสมาคมหรือชมรมทางธุรกิจ โดยมีการเชื่อมโยงเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนของการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจเพื่อทำงานร่วมกันและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ชัดเจนประการใดประการหนึ่ง การรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของระบบเครือข่ายจะเปรียบได้กับเป็นกระดูกสันหลังของฝ่ายจัดการที่ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของสัมพันธภาพ ปฏิกิริยาและการพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบเครือข่ายทางธุรกิจจึงต้องมีความเข้าใจร่วมกันอย่างชัดเจนในกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ (Henneberg, Mouzas, & Naude, 2006)

ทั้งนี้ ระบบเครือข่ายธุรกิจจะสามารถแพร่ขยายการดำเนินการไปได้ทุกสถานที่ เท่าที่บุคคลหรือสมาชิกกลุ่มจะสามารถพบธุรกิจหรือกลุ่มบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายและความสามารถของเครือข่าย โดยมีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการ เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ ที่ปรึกษา อาจารย์ และอื่น ๆ ซึ่งมีความเข้าใจต่อธรรมชาติและลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป เป็นองค์ประกอบส่วนสนับสนุนต่อความสำเร็จของระบบเครือข่าย โดยจะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ก็เพื่อให้ธุรกิจขนาดเล็กหลาย ๆ แห่งมารวมกำลังกัน เชื่อมโยงกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจจะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกันหรือทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระเท่าเทียมกัน ภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกันและเครือข่ายธุรกิจก็เป็นรูปแบบหนึ่งของกลยุทธ์ความร่วมมือ (Co-Operative Strategy) ระหว่างภาคีพันธมิตรที่จะมาร่วมมือทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายร่วม (Shared Objective) ของเครือข่าย โดยพัฒนาความร่วมมือกันภายในห่วงโซ่อุปทาน เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เทคนิคการปฏิบัติงาน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า เครือข่ายเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญขององค์กรที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ในตลาดปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กที่ขาดแคลนทรัพยากรจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ระบบเครือข่ายเพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจ และการรักษาเครือข่ายทางธุรกิจไว้อย่างแน่นเหนียวจะ

ส่งผลต่อการมีแหล่งนวัตกรรมที่ดีภายในองค์กร โดยปัจจัยผลักดันให้เกิดความสำเร็จในการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายธุรกิจที่สำคัญอย่างน้อย 6 ประการ (Farinda, Kamarulzaman, Abdullah, & Ahmad, 2009) ได้แก่

1) ความจำเป็น (Necessity) ในแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ และลดคู่แข่งขัน

2) ความไม่สมดุล (Asymmetry) จากการถูกบังคับหรือถูกควบคุมการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่น

3) การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) เพื่อประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

4) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการดำเนินธุรกิจ จากการเข้าถึงการใช้ทรัพยากรสำคัญของเครือข่ายได้อย่างยืดหยุ่น

5) ความมั่นคง (Stability) จากการทำงานร่วมกันผ่านกิจกรรมของเครือข่าย เช่น การทำวิจัย (Joint Research) การเป็นผู้สนับสนุนร่วม (Co-Sponsor) การเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วม (Co-Branding) และการเป็นผู้ร่วมผลิต (Co-Production)

6) ความชอบธรรม (Legitimacy) ในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับธุรกิจเครือข่ายที่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดี

ปัจจุบันมีการเพิ่มขึ้นของการรวมกันของธุรกิจในรูปแบบของเครือข่ายธุรกิจ (Lin & Zhang, 2005) โดยในประเทศไทยมีนำระบบเครือข่ายมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้นในหลากหลายมิติ ทั้งในรูปแบบการสร้างเครือข่าย (Networking) และการรวมกลุ่มธุรกิจ (Clustering) ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการประสานพลังร่วมกันขับเคลื่อนความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจ ให้มีความแข็งแกร่งและก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง ผู้วิจัยจึงได้นำแปรปัจจัยผลักดันให้เกิดความสำเร็จในการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายธุรกิจ อันประกอบด้วย ความจำเป็น (Necessity) ความไม่สมดุล (Asymmetry) การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ความมั่นคง (Stability) และความชอบธรรม (Legitimacy) มาใช้ในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ความหมายของ “นวัตกรรม (Innovation)” โดยทั่วไปหมายถึง “การเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่หรือการปรับปรุงจากสิ่งเดิม ที่เกิดจากการนำความรู้ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไปพัฒนาให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า ต่อองค์กร ต่อสังคมและประเทศชาติ หรือ หมายถึง การทำสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม ทั้งนี้การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ไม่จำเป็นต้องขจัดสิ่งที่มีอยู่เดิมออกไปทั้งหมด แต่อาจเป็นการต่อยอดจากสิ่งเดิมที่มีอยู่มาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับโอกาสและสภาวการณ์ เพื่อให้ได้สินค้าใหม่ การบริการใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ หรือรูปแบบของธุรกิจใหม่ ที่สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นได้ คนทั่วไปมักเข้าใจว่า “นวัตกรรม” คือ สิ่งใหม่ที่คนไม่เคยคิดมาก่อนเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความใหม่เป็นแค่หนึ่งในองค์ประกอบ โดยเป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเท่านั้น เพราะนวัตกรรม จะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีทั้งเหตุและทั้งผลลัพธ์ด้วย ซึ่ง เหตุ หมายถึง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) บวกกับความเพียรพยายาม (Effort) (พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัธน์, 2557)

สำหรับการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรนั้นจะเกิดจากความเชื่อและพฤติกรรมที่ทำกันมาอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในองค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากผู้บริหารเป็นผู้กำหนดวิธีการหรือระบบขึ้นมาเพื่อใส่ความเชื่อและผลักดันพฤติกรรมนั้นเข้าไปในองค์กร ดังนั้นการจะปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรได้นั้นจะต้องใช้ระยะเวลาและจะต้องเริ่มจากผู้บริหารก่อน จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริหารมักมองว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานานและยากต่อการเปลี่ยนแปลง หรือหากเปลี่ยนแปลงก็อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานของผู้บริหารเองได้ ดังนั้นหากต้องการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร ผู้บริหารจะต้องทำตัวเป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลง และจะต้องเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำมากกว่าการเป็นผู้ชี้นำ ซึ่งต้องยอมรับความจริงว่า ผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงก็จะมีทั้งคนเกลียดและคนรัก แต่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมภายในองค์กรอย่างรวดเร็ว (กนช รัตวานิช, 2556) ดังนั้นการที่จะพัฒนาองค์กรให้เดินหน้าไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมได้นั้น ความมุ่งมั่นและทุ่มเทต้องเริ่มต้นจากผู้บริหาร ตามด้วยโครงสร้างองค์กรที่กระตุ้นและก่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างองค์กรที่ต้องมีความยืดหยุ่นในระดับที่เหมาะสมที่จะกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร โดยนวัตกรรมในบริบทขององค์กร (Organizational Context) ประกอบด้วย 3 ประเภทได้แก่ (Tucker, 2003)

1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นผลลัพธ์จากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เพื่อที่จะนำมาแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์

หมายถึง สินค้าที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ หรืออยู่ในรูปแบบของการบริการ โดยผลลัพธ์ที่ได้คือทั้งผู้บริโภคและองค์กรต่างได้ประโยชน์ในการเกิดนวัตกรรม

2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นนวัตกรรมที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และองค์กรยังได้รับประโยชน์ อีกด้วย เช่น องค์กรที่ทำการผลิต นวัตกรรมว่าด้วยกระบวนการช่วยในการสร้างคุณภาพ ลดต้นทุน ลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต เพิ่มความเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้า เป็นต้น

3) นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation) เป็นนวัตกรรมการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์ โดยรวมถึงการใช้วิธีการตลาดใหม่ ๆ หรือการโฆษณาที่ใช้กับผู้บริโภค การจัดจำหน่ายด้วยวิธีการใหม่ นวัตกรรมชนิดนี้จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้เปลี่ยนแปลงการนำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้

อย่างไรก็ตามหลักปฏิบัติที่จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างองค์กรนวัตกรรมได้นั้นจะต้องหลักปฏิบัติดังนี้ (พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัธน์, 2556)

1) ใช้เทคโนโลยีนำ (Technology Drivers) เป็นแนวทางแรกที่ปฏิบัติได้ง่ายที่สุด คือ สร้างให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความสามารถที่องค์กรมี แล้วดึงทักษะหรือความรู้ภายในองค์กรออกมาเป็นสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้า

2) มองทะลุตลาด (Market Readers) เป็นแนวทางสำหรับสร้างให้เกิดความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับลูกค้าและหน่วยงานสนับสนุนอย่างหน่วยงานวิจัยและพัฒนา เนื่องจากหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดลูกค้าหรือหน่วยงานที่เป็นลักษณะปฏิบัติการจะรู้ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รู้ว่าอะไรที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ต้องการ โดยเฉพาะองค์กรที่มีตลาดอยู่ในหลายภูมิภาคจำเป็นต้องส่งเสริมวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยปฏิบัติการกับหน่วยงานสนับสนุน

3) ค้นหาจากภายนอก (Need Seekers) เป็นแนวทางที่องค์กรนวัตกรรมระดับโลกนิยมใช้ คือ การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภายนอกโดยเฉพาะลูกค้าและคู่ค้า เป็นการทำให้คนในองค์กรเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ ๆ จากภายนอก และค้นหานวัตกรรมใหม่ ๆ จากการดึงให้ลูกค้าและคู่ค้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการคิดค้นนวัตกรรม เพราะตัวลูกค้าจะเป็นคนที่รู้ความต้องการของตัวเองดีที่สุด และคู่ค้าคือ ผู้ที่เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องจึงสามารถช่วยให้องค์กรประหยัดเวลาและเงินทุนในการทำนวัตกรรม

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรม ได้กลายเป็นตัวแปรที่สำคัญในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ทั้งนี้เนื่องจากนวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่ง และสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และคณะ (2557) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมนั้น มีปัจจัยที่สำคัญเบื้องต้น 17 ปัจจัย ได้แก่

1) ต้นทุนของการพัฒนานวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาที่สูง โดยจะเห็นได้ว่าการพัฒนานวัตกรรมต้องใช้เงินลงทุนสูงทั้งด้านวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา

2) การขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร เนื่องจากผู้บริหารไม่ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานนำเสนอแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรม

3) ความเสี่ยงด้านอุปสงค์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่บางครั้ง ความต้องการของตลาดไม่ชัดเจน ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ถูกพัฒนาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

4) การขาดบุคลากรที่มีทักษะ การพัฒนานวัตกรรม บางครั้งจำเป็นที่จะต้องใช้พนักงานที่มีทักษะเฉพาะด้าน แต่เนื่องจากธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมขาดบุคลากรดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อนนวัตกรรมได้

5) ความยากในการแสวงหาแหล่งเงินทุน บางครั้งสถาบันการเงินไม่มั่นใจในความสามารถด้านการพัฒนานวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ดังนั้นการแสวงหาแหล่งเงินทุน จึงเป็นเรื่องที่ยาก

6) ปัญหาการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ บางครั้งธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ไม่สามารถดึงดูดใจให้พนักงานที่มีทักษะในการพัฒนานวัตกรรมทำงานได้ เนื่องจากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานดังกล่าวในเรื่องของผลตอบแทนทั้งในรูปตัวเงินและมิใช่ตัวเงิน

7) การขาดการอบรมบุคลากรภายในหน่วยงาน ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมบางแห่งไม่ให้ความสำคัญในเรื่องการฝึกอบรมพนักงานด้านการพัฒนานวัตกรรม

8) ความไม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน พนักงานบางคนไม่กล้าเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม เนื่องจากกลัวความล้มเหลว อีกทั้งยังยึดติดกับการทำงานรูปแบบเก่า ๆ

9) ความไม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ผู้บริหารบางคนไม่กล้าลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม เนื่องจากกลัวความเสี่ยงด้านการขาดทุนทางการเงิน

10) การขาดทรัพย์สินทางปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเครื่องมือที่แสดงถึงการพัฒนานวัตกรรม อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมบางแห่งไม่สามารถดำเนินการจดทะเบียนได้

11) การขาดสภาพแวดล้อมในการพัฒนานวัตกรรม ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมบางแห่งไม่มีสภาพแดล้อมในการทำงานที่เอื้ออำนวยในเรื่องการพัฒนานวัตกรรม เช่น การจัดวางโต๊ะทำงาน สีที่ใช้ตกแต่งสำนักงาน หรือพื้นที่พักผ่อนสำหรับพนักงาน เป็นต้น

12) การขาดแคลนเวลา การพัฒนานวัตกรรมค่อนข้างในเวลามาก เพราะผ่านกระบวนการทดลอง วิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

13) การสนับสนุนของรัฐบาลที่ไม่เพียงพอ รัฐบาลขาดการสนับสนุนเรื่องเงินทุนในการพัฒนานวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมอย่างทั่วถึง ตลอดจนขาดการส่งเสริมทีมผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยพัฒนานวัตกรรมอย่างเพียงพอ

14) ความผันผวนทางเศรษฐกิจ บางครั้งความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไม่กล้าลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม

15) การขาดข้อมูลทางการตลาด ในการพัฒนานวัตกรรม จำเป็นต้องมีข้อมูลทางการตลาด หากธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไม่มีข้อมูลดังกล่าว ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

16) การขาดข้อมูลทางด้านเทคโนโลยี แหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนานวัตกรรม หากธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมไม่มีข้อมูลดังกล่าวก็จะไม่ประสบความสำเร็จด้านนวัตกรรม

17) การขาดความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก หน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนช่วยพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านการกระจายเงินทุน การแบ่งปันองค์ความรู้ และผู้เชี่ยวชาญ หากไม่มีความร่วมมือดังกล่าว การพัฒนานวัตกรรมจะเป็นไปได้ยาก

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เนื่องจากนวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่ง และสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) และนวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation) ผู้วิจัยจึงใช้ปัจจัยดังกล่าวมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาว่ารูปแบบ

ของนวัตกรรมในแต่ละรูปแบบส่งผลให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุบลวรรณา ภวกานันท์ (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก: ความรู้ ระยะที่ 3: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์ในการดำเนินการ ภูมิความรู้ความชำนาญ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและแบบจำลองความสำเร็จในการประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะ ความสัมพันธ์และสมการทำนายความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้วยกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ ความชำนาญของผู้ประกอบการ SME โรงแรมอิสระที่ ประสบความสำเร็จในประเทศไทยในสิ่งแวดล้อมที่ยุ่งยาก เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ SME โรงแรมอิสระที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยในระหว่างสิ่งแวดล้อมที่ยุ่งยากกับที่ง่าย และเพื่อสร้างแบบจำลองความสำเร็จของการประกอบการด้วยปัจจัยทางจิตวิทยาและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ไทยโรงแรมอิสระที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นรายบุคคล ซึ่งพบว่า ความสำเร็จในการประกอบการสัมพันธ์ทางบวกกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์แบบวางแผนอย่างสมบูรณ์ แบบวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ แบบแสวงหาโอกาส ประสบการณ์ในการบริหาร ความชำนาญในวิชาชีพ บุคลิกด้านความเป็นตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจเรียนรู้ความใฝ่ใจในความสำเร็จ และมีสัมพันธ์ทางลบกับกลยุทธ์แบบตั้งรับบุคลิกด้านความแกร่งในการแข่งขัน โดยความสำเร็จถูกทำนายได้ด้วยบุคลิกด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจเรียนรู้ ความเป็นตัวเอง กลยุทธ์แบบแสวงหาโอกาส แบบวางแผนอย่างสมบูรณ์ความชำนาญในวิชาชีพ และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังพบว่าในสิ่งแวดล้อมที่ยุ่งยาก กลยุทธ์แบบวางแผนอย่างสมบูรณ์และแบบวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญจะสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในสิ่งแวดล้อมที่ยุ่งยาก และในสภาพแวดล้อมที่ยุ่งยาก กลยุทธ์แบบแสวงหาโอกาสมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ และพบว่าไม่พบอิทธิพลใด ๆ ของสภาพแวดล้อมต่อความสัมพันธ์ของกลยุทธ์แบบตั้งรับกับความสำเร็จ ส่วนผลเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมพบว่า มีความแตกต่างในการรับรู้สภาพแวดล้อม การใช้กลยุทธ์ทุกแบบ ประสบการณ์ในการบริหาร ความ

ชำนาญในวิชาชีพ บุคลิกแบบความเป็นตัวเอง การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความใฝ่ใจในความสำเร็จ และความสำเร็จ

สุธีรา อะทะวงษา (2556) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย และเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจจากผู้ทรงคุณวุฒิ ร่วมกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติหรือสิ่งที่เป็นจริงจากผู้ประกอบการ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแบบสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรม LISREL พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การทำงานเชิงรุก การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ส่วนลักษณะของสถานประกอบการ คือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์ทางการตลาด และนวัตกรรมองค์กร

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า ศึกษาความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า และเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ค่าเอฟ และวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

ธนกร แก้วมณี, และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาบทบาทของนวัตกรรมต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมการออกแบบที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน และเพื่อศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสานวิธี คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน 400 คน ทำการสุ่มอย่างง่าย และผู้ประกอบการ 270 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ (1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน 15 คน และ (2) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด 5 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกวิเคราะห์ข้อมูลโดยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการออกแบบของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2) เจตคติของผู้บริโภคคุณสมบัติของผู้ประกอบการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการออกแบบมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 และ 3) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่สำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน ได้แก่ การวิจัยทางการตลาด การประเมิน จากความพึงพอใจ การออกแบบให้สินค้าสามารถแยกเป็นชิ้นส่วน และการพัฒนาคิดค้นโดยใช้วัสดุที่ทนต่อสภาพแวดล้อม

สุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ ระดับความสำเร็จ และความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อนำเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อผู้ประกอบการ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของ หรือผู้บริหารกิจการผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 213 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันรวมทั้งค่าไคว์สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจด้านกระบวนการภายในโดยภาพรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยที่ความสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตด้านกระบวนการภายในไปในทิศทางเดียวกัน

สุชาติ ไตรภพสกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ: กรณีศึกษาประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตของธุรกิจกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรไทยที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการ จำนวนทั้งสิ้น 728 ตัวอย่างโดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนใน 6 ภูมิภาคทั่วประเทศไทยและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง พบว่า ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจ เพราะมองเห็นโอกาสมีการเติบโตของธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสมีความมุ่งหวังการเติบโตของธุรกิจในอนาคตมากกว่าผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชัญญาภัค หล้าแหล่ง, และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่มีต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ และทดสอบปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันของผู้นำ ความเชื่อถือไว้วางใจของภาคี กลไกการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงภาคี การจัดการความรู้ และระบบการบริหารจัดการเครือข่าย โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลวิจัยพบว่า 1) จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันของผู้นำ ความเชื่อถือไว้วางใจของภาคี กลไกการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงภาคี การจัดการความรู้ และระบบการบริหารจัดการเครือข่ายส่งผลกระทบเชิงบวกต่อศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) ศักยภาพการสร้าง

เครือข่ายทางธุรกิจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

ดวงพร พุทธวงค์ (2561) ได้ทำการศึกษาความสำเร็จของการพัฒนาระบบเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็กของผู้ประกอบธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของระบบเครือข่าย การสนับสนุนจากภาครัฐ และอุปสรรคในการพัฒนาระบบเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นขนาดเล็ก เพื่อทราบความคิดเห็นและความต้องการของสมาชิกเครือข่ายต่อการพัฒนาระบบเครือข่ายและเพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของภาครัฐในการใช้ระบบเครือข่าย โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และสำรวจความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของเครือข่ายจากทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจที่กระจายตัวอยู่ใน 6 เครือข่าย สรุปผลการวิจัยได้ว่า สามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) สมาชิกเครือข่ายส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้ดี เป็นนักออกแบบสินค้าแฟชั่นที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูงมาก ส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยต้องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาภายใต้สนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ต้องการให้กลุ่มและภาครัฐสร้างสัมพันธภาพระหว่างกันให้แน่นขึ้น 2) สมาชิกเครือข่าย ต้องการได้รับการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาในระดับเข้มข้น สมาชิกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมเครือข่ายในระดับสูงมาก และ 3) สมาชิกมองว่าทั้งการปฏิบัติงานของภาครัฐและการประสานงานร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งแสดงว่าแผนการดำเนินงานของระบบเครือข่ายสำเร็จตามเป้าประสงค์ของภาครัฐ ทั้งนี้สมาชิกเครือข่ายมีความคาดหวังให้ภาครัฐสนับสนุนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ ปรับเพิ่มบทบาทในการประสานงาน และแสวงหาช่องทางการตลาดต่างประเทศด้วยการแสวงหาผู้ร่วมทุนชาวต่างชาติเพื่อการขยายธุรกิจ อย่างไรก็ตามสมาชิกเครือข่ายมีข้อเสนอแนะต่อกลุ่มสมาชิกเครือข่ายด้วยกันว่า ควรตั้งใจพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมความเป็นองค์การทางธุรกิจและพัฒนาแผนธุรกิจ และต้องสานสัมพันธ์ระหว่างกันให้แนบแน่นทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อเตรียมพร้อมรับการเข้าสู่เวทีการแข่งขันในตลาดสากล

สว่างพงษ์ แซ่จึง (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวและพฤติกรรมและมูลเหตุจูงใจในการบริโภคอาหารของผู้บริโภคจากแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้าน

ก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรีเป็น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ จำนวน 2 คน ผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว จำนวน 8 คน และเก็บแบบสอบถามผู้บริโภคร้านอาหารประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จจะประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล 2) ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ 3) ด้านทักษะและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ 4) ด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ 5) ด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ ด้านคุณลักษณะของธุรกิจ 1) ระยะเวลา 2) ขนาดองค์กร 3) แหล่งที่มาของเงินทุน 4) ผลประกอบการ 5) ความสามารถในการถ่ายทอดวิธีการทางธุรกิจ 6) ความสามารถในการให้คำปรึกษา 7) เอกลักษณ์ของธุรกิจ ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน 1) ด้านปัจจัยการแข่งขัน 2) การสร้างนวัตกรรม 3)ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง 4) การส่งเสริมของภาครัฐ ปัจจัยด้านการตลาด 1) คุณภาพสินค้า 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) การประชาสัมพันธ์และโฆษณา 5) ระบบแฟรนไชส์ 6) การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 7) การส่งเสริมการตลาด 8)การเลือกทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านทรัพยากร 1) การฝึกอบรมพนักงาน 2) การหมุนเวียนของพนักงาน 3) การจัดหาพนักงาน 4) การธำรงรักษาพนักงาน ปัจจัยด้านเจ้าของหรือผู้จัดการ 1) ความเป็นผู้นำ ปัจจัยด้าน Five Force Model 1) คู่แข่งขันปัจจุบัน 2) คู่แข่งขันรายใหม่ 3) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัย 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ 5) สินค้าหรือบริการที่ทดแทน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารจากร้านอาหารแฟรนไชส์จะประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ความสะอาดของอาหาร รสชาติของอาหารอร่อย รสชาติ อาหารที่มีมาตรฐาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ พื้นที่ร้านไม่แออัด การจัดร้านที่เป็นระเบียบสะดวกต่อการเดินและนั่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เพ็ญพิชชา ศรทรง และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาการก้าวเข้าสู่ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วงจรธุรกิจ ค้นหาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ และศึกษาแนวทางการปรับตัวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ของธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอเพื่อนำไปสู่การสร้างแนวทางปฏิบัติที่ดี สำหรับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสารรายงานทางการเงิน จำนวน 137 บริษัท การวิเคราะห์ใจความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารแบบมีโครงสร้าง จำนวน4 ท่าน และการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยพหุ จากแบบสอบถามจำนวน 32 บริษัท จากการ

วิเคราะห์พบว่า บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอส่วนใหญ่อยู่ในขั้นการดำรงอยู่ ที่กำลังก้าวเข้าสู่ขั้นความสำเร็จ ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่เริ่มเป็นที่รู้จักในตลาด มีการสร้างเสถียรภาพในด้านการตลาด ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริหาร ภาวะผู้นำ กลยุทธ์และสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จโดยบริษัทส่วนใหญ่ใช้กำไรสุทธิ อัตราการเติบโตของยอดขาย อัตราเติบโตของรายได้รวม และกำไรขั้นต้น เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ สำหรับแนวทางปฏิบัติที่ดีนั้น ผู้ประกอบการควรมีการสั่งสมประสบการณ์องค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ และมีกระบวนการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ประกอบการควรเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพของธุรกิจ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้กับผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาศักยภาพธุรกิจของตน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าในท้ายที่สุด

สุพาดา สิริกุตตา (2556) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบนในจังหวัดนนทบุรีปทุมธานีและอยุธยาที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบนใช้กันมากที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ตามด้วยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์พนักงาน และกลยุทธ์พันธมิตร ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์พนักงานและกลยุทธ์พันธมิตรมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวมที่ 13.9 เปอร์เซ็นต์ ความสำเร็จโดยรวมของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการที่มีระดับความรู้สูงกว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีเปอร์เซ็นต์ผลกำไรและความสำเร็จมากกว่าผู้ที่มีระดับปานกลางและต่ำ ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พรนภา เปี่ยมไชย และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า รูปแบบกลยุทธ์ของกิจการโดยภาพรวมและความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการ เงินทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานให้ความสำเร็จของกิจการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบขั้นตอน พบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลยุทธ์

เสาะหาพันธมิตรทางธุรกิจ และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Karabulut (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินงานของกิจการ: กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศตุรกี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินงานของกิจการ ของโรงงานในเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมสามารถเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และทางด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

Prajogo (2016) ได้ทำการศึกษาความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์นวัตกรรมและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบบทบาทของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในด้านของการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยเร่งด่วนที่มีผลต่อประสิทธิผลของแต่ละชนิดของกลยุทธ์นวัตกรรม ในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ส่งผลถึงผลการดำเนินธุรกิจ ข้อมูลในการวิจัยเป็นการเก็บรวบรวมจากโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศออสเตรเลีย จำนวน 207 โรงงาน ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทำให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลอย่างมากต่อผลการดำเนินธุรกิจ สภาวะของการแข่งขันส่งผลให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีผลน้อยต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมแล้วผลการวิจัยแสดงถึงกลยุทธ์ที่สอดคล้องระหว่างการเปลี่ยนแปลงและกลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ได้ดีเท่าการแข่งขันและกลยุทธ์

นวัตกรรมกระบวนการ ในอีกมุมมองหนึ่งของการแข่งขันงานวิจัยแสดงถึงความไม่สอดคล้องของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

Al-Tit, Omri, and Euchi (2019) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม บริษัท ในซาอุดิอาระเบีย: ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองความยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (CSFs) ขนาดเล็กและวิสาหกิจขนาดกลาง (SMEs) ในซาอุดิอาระเบีย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาโดยใช้ 28 ปัจจัย / ตัวบ่งชี้ที่ค้นพบจากงานวิจัยในอดีต จากผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน มีผู้ตอบกลับแบบสอบถามมาจำนวน 347 คน และดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจตัวบ่งชี้เหล่านี้ โดยทำการแบ่งออกปัจจัยออกเป็น 6 ปัจจัยคือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ลักษณะธุรกิจ 3) ปัจจัยการจัดการ 4) การสนับสนุนทางธุรกิจ 5) ความพร้อมของเงินทุน และ 6) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม IBM SPSS และ AMOS ผลการวิจัยพบว่าการสนับสนุนทางธุรกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศซาอุดิอาระเบีย รองลงมาคือปัจจัยส่วนบุคคล ความพร้อมของเงินทุน และปัจจัยการจัดการ นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าลักษณะธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร

Machmud (2017) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการสร้างแรงบันดาลใจของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม: กลั่นกรองโดยนวัตกรรมกระบวนการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดผลกระทบของการสร้างแรงบันดาลใจต่อกระบวนการนวัตกรรมและประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ ประชากรในการศึกษานี้ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ จำนวน 2 กลุ่ม แบ่งเป็น ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ใน Bandung: Sentra Rajut Binongjati และผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ใน Sentra Kaos Suci กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้มีผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 154 ราย ซึ่งใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลแบบโครงสร้าง (SEM) การสร้างแบบจำลองสมการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบมีการสร้างแรงบันดาลใจจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเสี่ยง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยปัจจัยดังกล่าวมีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการนวัตกรรมและประสิทธิภาพของธุรกิจ อันแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยง และการรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถสร้างขึ้นได้ด้วยกระบวนการนวัตกรรมและการปรับปรุงประสิทธิภาพทางธุรกิจ

Machmud and Sidharta (2016) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในธุรกิจเสื้อผ้าของประเทศอินโดนีเซีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องว่างในการจูงใจผู้ประกอบการระหว่างสภาพแวดล้อมทางจิตวิทยาและสภาพภายนอกอยู่ใกล้เคียง เพื่อประเมินความสำคัญสัมพัทธ์ของช่องว่างนั้น การศึกษานี้เป็นการตรวจสอบแรงบันดาลใจของผู้ประกอบการซึ่งกำหนดทั้งตัวแปรทางจิตวิทยาและสภาพแวดล้อมภายนอก โดยการวัดระดับประสิทธิภาพธุรกิจในธุรกิจเสื้อผ้า วิธีการวิจัยที่ใช้คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จำนวนทั้งสิ้น 94 คน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจผู้ประกอบการที่อาจเกิดขึ้นพร้อมกันและหรือบางส่วนมีอิทธิพลสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนเอง

Siriwan et al. (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า วัดความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจจากสี่มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

Bandura (1997) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพส่วนบุคคลในการทำงานของจิตชีววิทยา พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีที่มาจากการที่บุคคลต้องการควบคุมระดับของแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการกระทำที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อของตัวเองที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความเชื่อของบุคคลในความสามารถเชิงสาเหตุที่เป็นจุดสำคัญของความต้องการ และกลายมาเป็นความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในที่สุด หรืออาจเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นความคาดหวัง (Expect) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีผลต่อบุคคลในด้านของการคิด ความรู้สึก แรงจูงใจ ทำให้ความเชื่อในความสามารถเป็นความแตกต่างอย่างมีระบบระเบียบ และมีความสอดคล้องที่แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นนั้นมีส่วนทำให้เกิดแรงจูงใจและความสำเร็จของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ

Snyder (2002) ได้ทำการศึกษา ทฤษฎีความหวัง: สายรุ้งในจิตใจ การสอบถามทางจิตวิทยา พบว่า บุคคลแต่ละคนล้วนต่างมีเป้าหมายในชีวิตแตกต่างกันไป วิธีการหรือเส้นทางที่จะไปให้ถึงเป้าหมายก็แตกต่างกัน แต่ทั้งสองอย่างก็จะมีแรงจูงใจเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้บุคคลประสบ

ความสำเร็จได้ในท้ายที่สุด ความคาดหวังแบ่งแนวทางการคิดเกี่ยวกับเป้าหมายออกเป็น 3 ส่วน คือ เป้าหมาย (Goal) วิธีหรือเส้นทาง (Pathway) และพลังขับเคลื่อน (Agency)

Trang (2015) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ SME: การศึกษาเชิงประจักษ์ในเวียดนาม พบว่า ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันผลผลิตและความสามารถในการทำกำไรของแต่ละองค์กรมีความเกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดกับความสามารถในการจัดการของผู้นำ สำหรับ SMEs การเติบโตและความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการเป็นหลัก จากการศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 206 รายในเวียดนาม พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ได้แก่ ผลที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการจัดการทักษะ การจัดการลักษณะส่วนบุคคลบางประการ (เช่นความยืดหยุ่นจิตวิญญาณที่ชอบผจญภัยและตรงต่อเวลา) และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ SMEs เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญและเชิงบวก

Gillham and Reivich (2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณลักษณะของการมองโลกในแง่ดีในเด็กและผู้ใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมองโลกในแง่ดีเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย การเลี้ยงดูของพ่อแม่ (Parenting) สถานการณ์เลวร้าย (Negative Events) การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ (Cognitive Experience) โดยการมองโลกในแง่ดี ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในทุก ๆ ด้าน ทั้งเรื่องของความอยู่ดีมีสุข การจัดการกับปัญหาต่าง ๆ และผลการทำงาน

Gupta and Mirchandani (2018) ได้ทำการการตรวจสอบปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการของ SMEs ที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลสิ่งแวดล้อมและการสนับสนุนจากรัฐบาลส่งผลในเชิงบวกและสำคัญต่อความสำเร็จของ SMEs ที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าปัจจัยหลายประการรวมถึงการสนับสนุนส่วนบุคคล สิ่งแวดล้อมและจากรัฐบาลมีความเชื่อมโยงกับความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรีในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

Snyder and Lopez (2005) ได้ทำการศึกษา ทฤษฎีความคาดหวัง: สมาชิกของครอบครัวจิตวิทยาเชิงบวก พบว่า ความยืดหยุ่นทางอารมณ์มีการศึกษามานานตั้งแต่ในอดีต แต่เริ่มมีการนำมาพัฒนาและศึกษาอย่างจริงจังในช่วงปี 1970 ซึ่งในอดีตนั้น บุคคลจะรู้จักความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) ในรูปของคำอื่น เช่น ความคงทน คงอยู่ ไม่สามารถทำลายได้ (Invulnerable) ความ

ยืดหยุ่น การคืนสภาพได้ (Resilient) หรือ สิ่งต่อต้านความเครียด (Stress-Resistant) ต่อมาในภายหลังจึงเปลี่ยนมาใช้ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) ซึ่งเป็นความสามารถส่วนบุคคลมากกว่าจะเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยแต่ละบุคคลก็จะมีเกณฑ์ที่แตกต่างกันสำหรับความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ขณะที่บางส่วนก็ไม่ได้คาดหวังที่จะปรับสภาพทางอารมณ์เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราวเท่านั้น

Youssef and Luthans (2007) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมองค์กรเชิงบวก พฤติกรรมองค์กรในมุมมองของ W ในที่ทำงาน: ผลกระทบของที่ทำงาน: ผลกระทบของความหวังการมองโลกในแง่ดีและความยืดหยุ่น พบว่า จากรากฐานของจิตวิทยาเชิงบวกและพฤติกรรมองค์กรเชิงบวกจากการศึกษางานวิจัยจำนวน 2 ชิ้น (N = 1,032 และ N = 232) ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลกระทบที่ความสามารถของทรัพยากรทางจิตวิทยาเชิงบวกที่เลือกไว้ของความหวังการมองโลกในแง่ดี และความยืดหยุ่นที่ต้องการ ผลลัพธ์ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ผลลัพธ์เหล่านี้รวมถึงประสิทธิภาพ (รายงานด้วยตนเองในการศึกษาที่ 1 และการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรในการศึกษา 2) ความพึงพอใจในงานความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร การค้นพบโดยทั่วไปสนับสนุนว่าความสามารถในการใช้ทรัพยากรทางจิตวิทยาเชิงบวกของพนักงานเกี่ยวข้องและมีส่วนทำให้ผลลัพธ์แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามหวังว่าจะในระดับที่น้อยกว่าการมองโลกในแง่ดีและความยืดหยุ่นมีส่วนช่วยในผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

Chowdhury, Alam, and Arif (2013) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม: หลักฐานจากบังกลาเทศ พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระทั้งหมดในการศึกษาและมีการสนับสนุนสมมติฐานทั้งหมด การขาดโครงสร้างพื้นฐานสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่ดีการเข้าถึงตลาดและเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ขัดขวางความสำเร็จของผู้ประกอบการ ประสบการณ์และการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกในขณะที่อายุมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จ แบบจำลองการถดถอยที่เหมาะสมกับสมการการถดถอยถูกกำหนดโดยสถิติ F แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรทางประชากรทั้งหมดอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดของความสำเร็จได้ 26.9% ในขณะที่ตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดได้ 39.8%

Yahya, Fatt, Othman, Rahman, and Moen (2011) ได้ทำการศึกษาทักษะการจัดการและความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมวิสาหกิจ (SMEs) ในภาคบริการ โดย

ค้นพบว่า ทักษะทางด้านการจัดการมีอิทธิพลต่อความสามารถในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศมาเลเซีย ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงว่าหากหน่วยธุรกิจมีการเชื่อมโยงกันระหว่างการวางแผน การจัดการการเงิน และการตลาดอย่างเป็นระบบจะทาให้หน่วยธุรกิจได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลทาให้ผลการดาเนินงานของธุรกิจเพิ่มขึ้น

Bayarcelik, Tasel, and Apak (2014) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดปัจจัยด้านนวัตกรรมสำหรับ SMES พบว่า SMEs เป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจซึ่งมีหน้าที่ขับเคลื่อนนวัตกรรมและการแข่งขันในหลายภาคเศรษฐกิจ การที่จะเป็นคู่แข่งในเศรษฐกิจดังกล่าว SMEs เหล่านั้นควรสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จ ปัญหาอาจอยู่ในขั้นตอนการตัดสินใจตามสภาวะตลาดที่มีปัจจัยภายนอกและภายในมากมาย เพื่อรับมือกับความคลุมเครือผู้บริหารต้องพิจารณากลยุทธ์ที่เหมาะสม เนื่องจากกระบวนการประเมินผลที่ยุ่งยากและใช้เวลานาน และการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่สำคัญในการนำมาใช้เพื่อการตัดสินใจ ซึ่งได้แก่ ทักษะการจัดการ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ปัจจัยทางด้านการเงิน และขนาดของธุรกิจ

Parveen, Maimani, and Javaid (2017) ได้ทำการศึกษาทดลองของผู้ประกอบการชาวซาอุดีอาระเบียที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในซาอุดีอาระเบีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นไปที่ทักษะการเป็นผู้ประกอบการของซาอุดีอาระเบียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ทักษะการจัดการความเสี่ยงและพฤติกรรมการลงทุนที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และอุปสรรคที่ผู้ประกอบการสตรีต้องเผชิญเมื่อเปรียบเทียบกับการพัฒนาและการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งประการแรกเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจจะดำเนินการเพื่อรับรู้ในวงกว้าง ปัจจัยที่มีผลต่อทักษะการบริหารการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการลงทุนในธุรกิจ SMEs ของซาอุดิอาระเบีย ประการที่สองเป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณดำเนินการโดยใช้ปัจจัยที่สกัดจากการวิเคราะห์ปัจจัย โดยพบว่าวิธีการจัดอันดับใช้เพื่อกำหนดอุปสรรคเฉพาะในภูมิภาคซาอุดิอาราเบีย ทั้งสามตัวแปรอิสระภายใต้การพิจารณา เช่น ทักษะการบริหารจัดการความเสี่ยงและการลงทุน พฤติกรรมแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 5% กับทักษะการเป็นผู้ประกอบการของ SMEs ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการของซาอุดีอาระเบียมีบทบาทสำคัญมาก ในการยกระดับการบริหารจัดการการบริหารความเสี่ยงและพฤติกรรมการลงทุนเพื่อเพิ่มพูน SME เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจ และผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการชาว

ซาอุดิอาระเบียในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีความเสี่ยงเป็นอย่างมากและยังไม่มีพอร์ตการลงทุนที่หลากหลาย

Sefiani (2013) ได้ทำการศึกษาปัจจัยเพื่อความสำเร็จใน SMEs: มุมมองจากแทนเจียร์ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs มี 3 ประการ ได้แก่ การรับรู้ของผู้ประกอบการ Tangier: คุณลักษณะของผู้ประกอบด้วย โดยเน้นปัจจัยด้านทักษะภาษา ความร่วมมือในการทำงาน ความร่วมมือทางการเงินและเครือข่าย และลักษณะธุรกิจโดยเน้นที่ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ "เขตปลอดอากร" การดำรงอยู่ของ"เขตปลอดอากร" ปัจจัยด้าน "ภาษา" มีความสำคัญอย่างมากเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพของบริษัทขนาดเล็ก (เกี่ยวข้องกับระดับความสามารถสองภาษาของผู้จัดการเจ้าของ SME) แม้ว่าอาจเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษาโดยทั่วไปก็สามารถทำได้ สรุปได้ว่ามันเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงทักษะภาษาที่สูงขึ้นในบริบทเฉพาะของ Tangier โดยที่ภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาธุรกิจที่โดดเด่น ความร่วมมือทางการเงินและเครือข่ายกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญมากนั่นคือ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสำเร็จ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเป็นหุ้นส่วนทางการเงินตาม เกี่ยวกับการแบ่งปันผลกำไรและขาดทุนดูเหมือนจะทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างกัน ความสำเร็จทางเศรษฐกิจและจิตวิญญาณในบริบทอิสลาม นอกจากนี้ระบบเครือข่ายการเชื่อมต่อโดยใช้แนวคิดของ Wasta มีความสำคัญต่อความสำเร็จของ SME เจ้าของผู้จัดการ สำหรับปัจจัยด้านสถานที่ตั้งผลการศึกษาสรุปได้ว่าตำแหน่งของธุรกิจในความสัมพันธ์กับเขตปลอดอากรกลายเป็นปัจจัยสำคัญทางการเงินและทางอารมณ์มุมมองเกี่ยวกับความเสมอภาคที่สัมพันธ์กับความสำเร็จ ในบริบทนี้ "สถานที่ตั้ง" อาจทำหน้าที่เป็นแนวคิดลำดับที่สูงกว่า (กว่าพูดว่าในเมืองกับชนบท) ที่เกี่ยวข้องกับตัวอย่างเช่นทางเลือกระหว่างประเทศในฐานะเขตอำนาจศาลในแง่ของที่ตั้ง

Petkovic, Jager, and Sasic (2016) ได้ทำการศึกษาความท้าทายของ บริษัท ขนาดเล็กและขนาดกลางในระยะแรกของการพัฒนา: ข้อมูลเชิงลึกจากบอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและทำความเข้าใจปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ปิดตัวลงในเศรษฐกิจเฉพาะกาล เช่น เศรษฐกิจของบอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา (B&H) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ให้ข้อค้นพบบางประการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลหลักที่ทำให้ SMEs ปิดตัวลงในช่วงปีแรกของการดำเนินงานจากมุมมองของผู้ประกอบการและผู้จัดการและแนะนำมาตรการบางอย่างที่ควรดำเนินการเพื่อความอยู่รอดการพัฒนาและการเติบโต โดยได้ทำการวิจัยเชิงประจักษ์โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นของ 110 SMEs จาก Republic of Srpska (49% ของอาณาเขต B&H) ซึ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

พบว่าปัจจัยต่อไปนี้เป็นอุปสรรคหลักในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ: ความยากลำบากในการรวบรวมลูกหนี้จากลูกหนี้ ขั้นตอนทางกฎหมายที่ซับซ้อนซึ่งควบคุมการทำงานและการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการ ภาษีในอัตราที่สูงและการจ่ายเงินสมทบค่าจ้าง ผลกระทบเชิงลบของวิกฤตเศรษฐกิจโลกและขั้นตอนการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ที่มีราคาแพงและซับซ้อน ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ประเมินลักษณะส่วนบุคคลระดับความรู้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจากสาขาการจัดการธุรกิจหรือการขาดจิตวิญญาณของผู้ประกอบการและความพร้อมในการเป็นเชิงรุกนวัตกรรมหรือการยอมรับความเสี่ยงอันเป็นสาเหตุของความล้มเหลวทางธุรกิจ

Lampadarios (2017) ได้ทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการสำหรับ SMEs: กรณีของอุตสาหกรรมการจัดจำหน่ายสารเคมีในสหราชอาณาจักร ซึ่งพบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจขนาดเล็กในสหราชอาณาจักร เคมีอุตสาหกรรมการจัดจำหน่ายซึ่งส่งผลต่อการวางแผนระยะสั้นและระยะยาวดังนั้นจึงจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ แม้ว่าจะเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่าเศรษฐกิจอยู่เหนือการควบคุมของธุรกิจใด ๆ ก็ตาม แต่ SMEs ยังคงต้องรับมือและปรับตัวต่อสภาวะเศรษฐกิจมีความยืดหยุ่นในการวางแผนและรักษามุมมองเชิงรุกเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจ้าของ / ผู้จัดการและผู้ประกอบการในอนาคตควรพิจารณาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอย่างรอบคอบก่อน การลงทุนหรือกระทำการร่วมทุนทางธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ การศึกษานี้ระบุถึงความจำเป็นที่ชัดเจนในการมีส่วนร่วมทางการเงิน การวางแผนควบคุมและคาดการณ์และรวมสภาวะเศรษฐกิจและตัวแปรเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงการขาดทักษะทางการเงินและความรู้ที่จำเป็นอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงานเหล่านี้นามของเจ้าของ / ผู้จัดการ ช่องว่างในทักษะและความรู้นี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขผ่านการจัดหาการฝึกอบรมหรือการใช้คำแนะนำจากภายนอก กล่าวอีกนัยหนึ่ง SMEs กระจายสารเคมีต้องลงทุนในการฝึกอบรมภายใน หลักสูตรหรือที่ปรึกษาภายนอกและใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนที่มีอยู่จากรัฐบาลและอุตสาหกรรมใด ๆ สมาคม

Lawal, Worlu & Ayoade (2016) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในธุรกิจ SMEs: มุมมองของไนจีเรีย ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติ ปัจจัยด้านการรับรู้ขนาดของบริษัท ภาคส่วนความเป็นเจ้าของการวางแนวนวัตกรรมบุคลิกภาพทักษะการจัดการแรงจูงใจโครงสร้างพื้นฐานการจัดการเงินทุนหมุนเวียนและการเข้าถึงการเงิน (อื่น ๆ) มีความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในกลุ่ม SMEs ทฤษฎีสัมพัทธภาพของปัจจัยสำคัญที่สังเกตได้ต่อความสะดวกในการทำธุรกิจในไนจีเรียของ SMEs ต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืน

ได้รับการเน้นย้ำในการศึกษา การศึกษาชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่หน่วยงานของรัฐและสถานศึกษาเพื่อให้ข้อมูลที่เพียงพอและการให้ความรู้เพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในกลุ่ม SMEs

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปแหล่งที่มาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ลำดับที่	ผู้วิจัย	ตัวแปรที่ค้นพบ																	
		PSF				PNF			NWF						INF			KSF	
		SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
1	Karabulut (2015)														✓	✓		✓	✓
2	อุบลวรรณา ภวกานันท์ (2555)	✓													✓	✓		✓	
3	สุธีรา อะทะวงษา (2556)															✓		✓	
4	สุวิทย์ อินเขียน (2559)																	✓	
5	Prajogo (2016)														✓	✓			✓
6	สุชาติ ไตรภพสกุล (2558)																		✓
7	เพ็ญพิชชา ศรทรง และคณะ (2562)																		✓
8	Machmud (2017)	✓																	

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม(ต่อ)

ลำดับที่	ผู้วิจัย	ตัวแปรที่ค้นพบ																	
		PSF				PNF			NWF						INF			KSF	
		SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
9	Machmud & Sidharta (2016)	✓																	
10	วันวิสาข์ โชคพรหม อนันต์ และคณะ (2558)	✓													✓				
11	ดวงพร พุทธวงค์ (2561)								✓		✓		✓						
12	ชัญญาภัค หล้าแหล่ง และคณะ (2561)										✓		✓						
13	สว่างพงษ์ แซ่จึง (2559)					✓	✓	✓								✓			

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม(ต่อ)

ลำดับที่	ผู้วิจัย	ตัวแปรที่ค้นพบ																	
		PSF				PNF			NWF						INF			KSF	
		SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
14	Ahmad Al-Tit, Anis Omri, and Jalel Euchi (2019)																✓		
15	ธนกร แก้วมณี และคณะ (2561)														✓				
16	Siriwan U. et., al (2013)																	✓	✓
17	สุพาดา สิริกุตตา (2556)																		✓
18	พรนภา เปี่ยมไชย, และคณะ(2558)																		✓
19	Bandura (1997)	✓																	
20	Snyder (2002)		✓																

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม(ต่อ)

ลำดับที่	ผู้วิจัย	ตัวแปรที่ค้นพบ																	
		PSF				PNF			NWF						INF			KSF	
		SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
21	Trang (2015)		✓			✓		✓											
22	Gillham and Reivich (2004)			✓															
23	Gupta and Mirchandani (2017)			✓		✓													
24	Snyder and Lopez (2005)				✓														
25	Youssef and Luthans (2007)				✓														
26	Chowdhury et al. (2013)					✓													

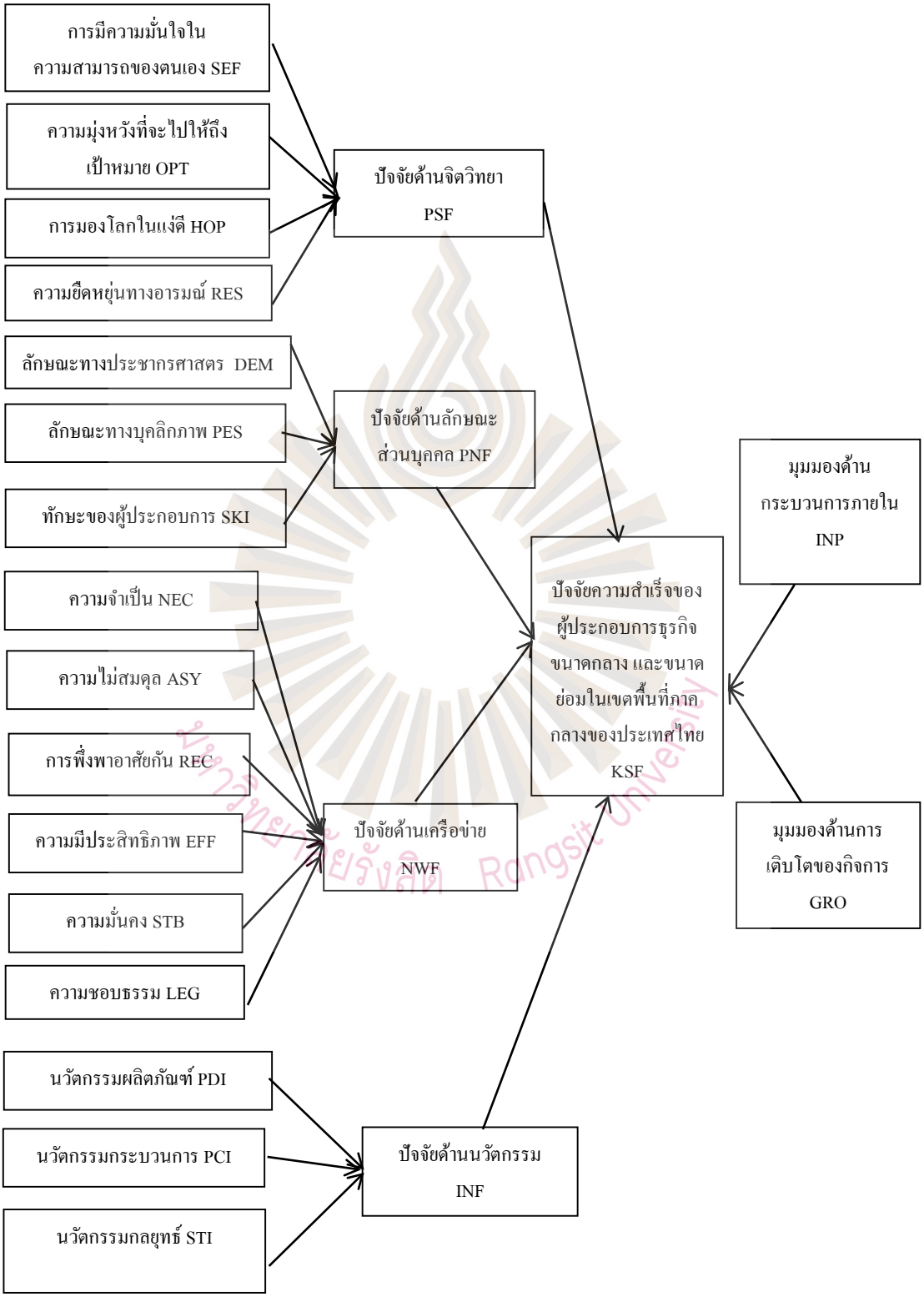
มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 2.1 สรุปการศึกษาวิจัยในอดีตเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม(ต่อ)

ลำดับที่	ผู้วิจัย	ตัวแปรที่ค้นพบ																	
		PSF				PNF			NWF						INF			KSF	
		SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
27	Yahya et al. (2011)							✓											
28	Bayarcelik et al. (2014)							✓							✓	✓	✓		
29	Parveen et al. (2017)							✓											
30	Sefiani (2013)					✓	✓	✓							✓	✓	✓		
31	Petkovic et al. (2016)					✓													
32	ศิริญา ตังนฤมิตร (2558)					✓													
33	Lampadarios (2017)					✓		✓											
34	Lawal et al. (2016)					✓		✓									✓		
35	Shengtao (2016)					✓													
36	Farinda et al. (2009)								✓	✓	✓	✓	✓	✓					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ใช้สัญลักษณ์แทนตัวแปรทั้งหมดในมานำเสนอข้อมูลดังนี้

PSF	=	ปัจจัยด้านจิตวิทยา
SEF	=	ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง
OPT	=	การมองโลกในแง่ดี
HOP	=	ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย
RES	=	ความยืดหยุ่นทางอารมณ์
PNF	=	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล
DEM	=	ลักษณะทางประชากรศาสตร์
PES	=	ลักษณะทางบุคลิกภาพ
SKI	=	ทักษะของผู้ประกอบการ
NWF	=	ปัจจัยด้านเครือข่าย
NEC	=	ความจำเป็น
ASY	=	ความไม่สมดุล
REC	=	การพึ่งพาอาศัยกัน
EFF	=	ความมีประสิทธิภาพ
STB	=	ความมั่นคง
LEG	=	ความชอบธรรม
INF	=	ปัจจัยด้านนวัตกรรม
PDI	=	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
PCI	=	นวัตกรรมกระบวนการ
STI	=	นวัตกรรมกลยุทธ์
KSF	=	ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ
INP	=	กระบวนการภายใน
GRO	=	การเติบโตของกิจการ

กรอบแนวคิดดังกล่าวมาจากการศึกษาวิจัยในอดีตของ Muchinsky (2003) และ Shamir and Howell (1999) ที่ค้นพบว่า ความเป็นไปได้ในการศึกษาภาวะผู้นำในอนาคตอาจขยายการศึกษาภาวะผู้นำไปยังปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม เป็นต้น อีกทั้งผู้วิจัยยังได้พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่ยังมีการศึกษาวิจัยในอดีตมาแล้ว แต่เป็นงานวิจัยในจำนวน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ที่น้อยมาก ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยดังกล่าวมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยในอดีตที่ใช้ตัวแปรเหล่านี้ในการศึกษายังมีอยู่อย่างจำกัด ส่วนใหญ่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านทักษะที่เกี่ยวข้อง ด้านลักษณะของสถานประกอบการ เป็นต้น

2.9 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และเพื่อศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่เป็นสมาชิกของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารชั้นต้นขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยเฉพาะจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ เป็นเขตพื้นที่ที่มีจำนวนธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสูงสุด และจากสถิติจำนวนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2562 ตามที่กำหนดในกฎกระทรวงฯ ปี 2545 สามารถแบ่งวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมออกเป็น 3 กลุ่มตามประเภทของการจัดตั้งหรือการจดทะเบียน คือ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2563)

1) สถิติจำนวนวิสาหกิจที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งประมวลข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

2) สถิติจำนวนวิสาหกิจที่เป็นส่วนบุคคลและอื่น ๆ (กลุ่มแม่บ้าน สหกรณ์) เป็นฐานข้อมูลที่ประมวลจากการสำมะโนธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรมปี พ.ศ. 2562 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) จะใช้เป็นฐานข้อมูลหลัก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2563 หรือจนกว่าจะมีการสำมะโนธุรกิจครั้งใหม่

3) สถิติจำนวนวิสาหกิจที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ประมวลข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งเป็นข้อมูลการจดทะเบียนของวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ

ดังนั้นในการกำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกำหนดประชากรตามประเภทการจัดตั้งของธุรกิจ ซึ่งพบว่า ในปี พ.ศ. 2562 ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่จำแนกตามประเภทการจัดตั้ง สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่ นิติบุคคล มีจำนวน 3,105,096 ราย บุคคลและอื่น ๆ มีจำนวน 2,286,326 และวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน 85,436 ราย และพบว่าในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,139,904 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2563)

อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2562 พบว่า ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2563)

1) เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 564,588 ราย

2) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน จำนวน 127,830 ราย

3) กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล จำนวน 264,224 ราย

4) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 จำนวน 90,385 ราย

5) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 92,877 ราย

ดังนั้นในปี พ.ศ. 2562 ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,139,904 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2563)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิต การค้า และการบริการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ตามเขตพื้นที่ของการจัดตั้งของธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารระดับสูงหรือเป็นเจ้าของกิจการ ในการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้น Hair and Tatham (2006) ได้เสนอแนะให้พิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างควบคู่ไปกับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการประมาณค่า ถ้าพารามิเตอร์มีจำนวน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

มากควรจะต้องมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยใช้อัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรควรจะเป็น 10 ต่อ 1

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 1,500 ตัวอย่าง จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เป็นการใช้แบบสอบถามที่ส่งทางออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้หลักการแบ่งกลุ่มตามเขตพื้นที่ของการจัดตั้งของธุรกิจ

1) เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 564,588 ราย

2) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน จำนวน 127,830 ราย

3) กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล จำนวน 264,224 ราย

4) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 จำนวน 90,385 ราย

5) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 92,877 ราย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามสูตรการแปรผันตามสัดส่วนประชากร ดังนี้

$$n1 = \frac{N1 \times n}{N} \qquad (3-1)$$

เมื่อ N หมายถึง จำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งเท่ากับ 1,139,904 คน

n หมายถึง จำนวนขนาดตัวอย่างทั้งหมดที่ผู้วิจัยต้องการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 1,500 ราย

N_{1-5} หมายถึง จำนวนประชากรทั้งหมดในกลุ่ม 1-5

n_{1-5} หมายถึง จำนวนขนาดตัวอย่างทั้งหมดที่คำนวณได้จากกลุ่มที่ 1-5

ได้ผลการคำนวณดังนี้

$$n1 = \frac{564{,}588 \times 1{,}500}{1{,}139{,}904} = 743$$

$$n2 = \frac{127{,}830 \times 1{,}500}{1{,}139{,}904} = 168$$

$$n3 = \frac{264{,}224 \times 1{,}500}{1{,}139{,}904} = 348$$

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

$$n4 = \frac{90,385 \times 1,500}{1,139,904}$$

$$= 119$$

$$n5 = \frac{92,877 \times 1,500}{1,139,904}$$

$$= 122$$

จากการคำนวณตามสูตร ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามรายละเอียดในตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ลำดับ	เขตพื้นที่	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1.	เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	564,588 ราย	744 ราย
2.	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน	127,830 ราย	169 ราย
3.	กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล	264,224 ราย	346 ราย
4.	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1	90,385 ราย	119 ราย
5.	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2	92,877 ราย	122 ราย
รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย		1,139,904 ราย	1,500 ราย

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม ตามเขตพื้นที่ของการจัดตั้งธุรกิจ เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตพื้นที่แล้ว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Multi stage Sampling) โดยการส่งแบบสอบถามไปทางออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ที่สะดวกในการส่งแบบสอบถามตอบกลับมายังผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ตำแหน่งของผู้ประกอบการ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน การบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ รูปแบบของสถานประกอบการ ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope) และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience) โดยใช้คำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 15 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ ทักษะของผู้ประกอบการ โดยใช้คำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 30 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ความจำเป็น (Necessity) ความไม่สมดุล (Asymmetry) การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ความมั่นคง (Stability) และความชอบธรรม (Legitimacy) โดยใช้คำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

ส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 15 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

(Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation)โดยใช้คำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

ส่วนที่ 6 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำนวน 12 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากปัจจัยตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) และด้านการเติบโตของกิจการ (Growth)โดยใช้คำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผู้วิจัยจะใช้สูตรในการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วรวุฒิ มีชัย, 2555)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุดข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดข้อมูล}}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (3-2)$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นระดับคะแนนเฉลี่ยของมาตราส่วน 5 ระดับเป็นดังนี้

1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย

2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ

3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.3 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยดังนี้

3.3.1 การศึกษาค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตและเป็นข้อมูลพื้นฐานของเนื้อหาในแบบสอบถาม

3.3.2 ดำเนินการพัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามและทำการปรับปรุงข้อคำถามให้ครอบคลุมตามนิยามศัพท์เฉพาะและความมุ่งหมายของการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (Index of Item-objective Congruence: IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน การพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามนี้จะเป็นการใช้มาตรประเมินค่า 3 ระดับ โดยนำคำตอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมาแปลผลคะแนน ดังนี้

หากมีความชัดเจนและสอดคล้องแล้วจะให้ค่าเป็น “+1”

หากไม่มีความชัดเจนและไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จะให้ค่าเป็น “-1”

ในกรณีที่ยังมีความไม่แน่ใจในความชัดเจนและสอดคล้องนั้นก็จะให้ค่าเป็น “0”

จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับการประเมินระดับคะแนนจากะผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence: IOC) ถ้าคำถามข้อใดค่าดัชนีความสอดคล้องมากว่าหรือเท่ากับ 0.50 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ แต่ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามข้อใดน้อยกว่า 0.50 จะต้องนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุง โดยจากการตรวจสอบความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้อง มีค่าเท่ากับ 0.90

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

$$\alpha = \frac{n}{n-1}\left\{1-\frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right\} \qquad (3-3)$$

เมื่อ α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

n คือ จำนวนข้อของแบบทดสอบ

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของแบบทดสอบแต่ละข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของแบบทดสอบทั้งฉบับ

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแปลค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น	การนำไปใช้
0.80 - 1.00	สูงมาก	ใช้ได้ดีมาก
0.70 - 0.79	สูง	ใช้ได้ดี
0.50 - 0.69	ปานกลาง	พอใช้
0.30 - 0.49	ต่ำ	ควรปรับปรุง
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำมาก	ใช้ไม่ได้

ที่มา : พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2553

เมื่อนำแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจริงไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 คน จะวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ดังรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.3 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 2

ระดับความคิดเห็น	จำนวน (ข้อ)	n=30
		ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α)
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	20	0.768

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 สรุปได้ว่า แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับใช้ได้ดี โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.768

ตารางที่ 3.4 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 3

ระดับความคิดเห็น	จำนวน (ข้อ)	n=30
		ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α)
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	15	0.739

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 สรุปได้ว่า แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับใช้ได้ดี โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.739

ตารางที่ 3.5 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 4

ระดับความคิดเห็น	จำนวน (ข้อ)	n=30
		ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α)
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	30	0.774

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามส่วนที่ 4 สรุปได้ว่า แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับใช้ได้ดี โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.774

ตารางที่ 3.6 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 5

ระดับความคิดเห็น	จำนวน (ข้อ)	n=30
		ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α)
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย	15	0.710

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามส่วนที่ 5 สรุปได้ว่า แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับใช้ได้ดี โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.710

ตารางที่ 3.7 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 6

ระดับความคิดเห็น	จำนวน (ข้อ)	n=30
		ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α)
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	10	0.705

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามส่วนที่ 6 สรุปได้ว่า แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับใช้ได้ดี โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.705

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงและการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อหาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ รวมทั้งจัดทำ QR Code และลิงก์ข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์

3.4.2 จัดส่ง QR Code และลิงก์ข้อมูลไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยผ่านอีเมล์

3.4.3 ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูล และติดตามข้อมูลทางระบบตอบกลับแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางอีเมล์ของผู้วิจัย

3.4.4 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปบันทึกไว้ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และใช้โปรแกรม SEM (Structural Equation Model) เพื่อการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เพื่ออธิบายหรือบรรยายสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการวิจัย

3.5.2 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง SEM (Structural Equation Model) เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านเครือข่ายและปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาที่สำคัญ ประการแรก คือ เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ประการที่สอง คือ เพื่อศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

4.7 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารระดับสูงหรือเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิต การค้า และการบริการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 1,500 คน ในช่วงระหว่างเดือน สิงหาคม 2563 โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์และได้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 1,500 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตำแหน่ง

ตำแหน่งของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ/ หุ้นส่วน	1,118	74.5
ผู้บริหาร	382	25.5
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ/ หุ้นส่วนของกิจการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิต การค้า และการบริการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 1,118 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 และมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารของกิจการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิต การค้า และการบริการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	790	52.7
หญิง	710	47.3
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 790 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศหญิง จำนวน 710 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี	194	12.9
31 – 40 ปี	353	23.5
41 – 50 ปี	484	32.3
51 – 60 ปี	309	20.6
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	160	10.7
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 484 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาได้แก่ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	13	0.9
มัธยมศึกษาตอนต้น	17	1.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย	87	5.8
อาชีวศึกษา	261	17.4
ปริญญาตรี	894	59.6
ปริญญาโท	192	12.8
ปริญญาเอก	36	2.4
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 894 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับอาชีวศึกษา จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนตอน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	59	4.0
2 ปี	67	4.4
3 ปี	207	13.8
4 ปี	265	17.7
5 ปี	155	10.3
6 ปี	142	9.5
7 ปี	163	10.9
8 ปี	131	8.7
9 ปี	109	7.3
10 ปี	49	3.3
11 ปี	3	.2
12 ปี	30	2.0
13 ปี	21	1.4
14 ปี	26	1.7
15 ปี	35	2.3
16 ปี	10	.7
17 ปี	4	.3
18 ปี	2	.1
20 ปี	21	1.4
23 ปี	1	.1
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 4 ปี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 7 ปี จำนวน 163 คน คิด

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เป็นร้อยละ 10.9 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 5 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 6 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 8 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 9 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 2 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 1 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 10 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 15 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 12 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 14 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 13 ปี และระยะเวลาปฏิบัติงาน 20 ปี ในจำนวนที่เท่ากัน คือ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 16 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 17 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 11 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 18 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1 และระยะเวลาปฏิบัติงาน 23 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านการบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ

การบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาด้วยตนเอง	856	57.1
เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาจากครอบครัว	644	42.9
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านการบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่สร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองจำนวน 856 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา ได้แก่ เป็นผู้ประกอบการที่สืบทอดมาจากครอบครัวจำนวน 644 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ

ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน	648	43.2
มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น	852	56.8
รวม	1,500	100.0

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น จำนวน 852 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเป็นผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน จำนวน 648 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านรูปแบบของสถานประกอบการ

รูปแบบของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	816	54.4
บริษัทจำกัด	327	21.8
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	231	15.4
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	39	2.6
อื่น ๆ	87	5.8
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านรูปแบบของสถานประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 816 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบบริษัทจำกัด จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 รูปแบบอื่น ๆ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และรูปแบบห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ

ระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	23	1.6
2 ปี	41	2.7
3 ปี	70	4.7
4 ปี	76	5.1
5 ปี	96	6.4
6 ปี	62	4.1
7 ปี	110	7.3
8 ปี	177	11.8

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ (ต่อ)

ระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
9 ปี	142	9.5
10 ปี	72	4.8
11 ปี	6	0.4
12 ปี	46	3.1
13 ปี	50	3.3
14 ปี	43	2.9
15 ปี	117	7.8
16 ปี	44	2.9
17 ปี	41	2.7
18 ปี	12	0.8
19 ปี	13	0.9
20 ปี	57	3.8
21 ปี	8	0.5
23 ปี	1	0.1
24 ปี	1	0.1
25 ปี	39	2.6
29 ปี	1	0.1
30 ปี	130	8.7
34 ปี	4	0.3
35 ปี	6	0.4
37 ปี	1	0.1
39 ปี	1	0.1
40 ปี	6	0.4
45 ปี	4	0.3
รวม	1,500	100.0

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านระยะเวลาการก่อตั้งสถานประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมาแล้ว 8 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 9 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 15 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 7 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 5 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 4 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 10 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 3 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 6 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 20 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 13 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 12 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 16 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 14 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 2 ปี และระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 17 ปี ในจำนวนที่เท่ากันคือ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 25 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 1 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 19 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 18 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 21 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 11 ปี ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 11 ปี และระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 40 ปี ในจำนวนที่เท่ากันคือ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 34 ปี และระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 45 ปี ในจำนวนที่เท่ากันคือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 23 ปี ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 24 ปี ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 29 ปี ระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 37 ปี และระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการ 39 ปี ในจำนวนที่เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะของสถานประกอบการ

ลักษณะของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการการผลิต	252	16.8
กิจการให้บริการ	533	35.5
กิจการค้าส่ง	113	7.5
กิจการค้าปลีก	477	31.8
อื่นๆ 1) กลุ่มแม่บ้าน 2) กลุ่มชุมชนท้องถิ่น	125	8.4
รวม	1,500	100.0

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะของสถานประกอบการในรูปแบบของกิจการให้บริการ จำนวน 533 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา ได้แก่ สถานประกอบการในรูปแบบกิจการค้าปลีก จำนวน 477 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 สถานประกอบการในรูปแบบกิจการการผลิต จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 สถานประกอบการในรูปแบบอื่นๆ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และสถานประกอบการในรูปแบบกิจการค้าส่ง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งได้แก่ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการแปลความหมายของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายและมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	4.78	0.34	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมองโลกในแง่ดี	4.72	0.33	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	4.69	0.34	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	4.69	0.35	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านจิตวิทยาโดยรวม	4.72	0.28		เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72) และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78) การมองโลกในแง่ดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72) ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69)

และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นใจในความสามารถของตนเอง

ปัจจัยด้านความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การเพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความสามารถเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต	4.84	0.41	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.78	0.48	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	4.79	0.46	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ความสามารถส่วนตัวของในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ	4.79	0.46	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ	4.73	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นใจในความสามารถของตนเอง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการเพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความสามารถเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84) การใช้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79) การใช้ความสามารถส่วนตัวของในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79) การใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78) และการมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73)

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี

ปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การนำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต	4.76	0.46	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต	4.72	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้าในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ	4.71	0.48	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี (ต่อ)

ปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก ต่อสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ	4.71	0.48	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงานเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น	4.69	0.48	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการนำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76) ความยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72) การคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้าในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก ต่อสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) และความยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย

ปัจจัยด้านความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ	4.70	0.49	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.70	0.49	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การเปลี่ยนแปลงวิธีการ ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้	4.69	0.49	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายโดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ	4.70	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจยังคงประสบผลสำเร็จไปได้ด้วยความรู้ ความสามารถ และความตั้งใจจริง	4.68	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) การตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่าย โดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) การเปลี่ยนแปลงวิธีการในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจยังคงประสบผลสำเร็จไปได้ ด้วยความรู้ความสามารถ และความตั้งใจจริง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68)

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์

ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความสามารถในการบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	4.70	0.47	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมเมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน	4.64	0.52	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์ที่รุนแรง โดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษาและฝึกฝนจิตใจ	4.68	0.50	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจ เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน	4.73	0.46	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว	4.70	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจ เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73) และการไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) ความสามารถในการบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) การศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์ที่รุนแรง โดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษาและฝึกฝนจิตใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และการไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมเมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ และทักษะของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการแปลความหมายของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายและมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	4.69	0.35	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	4.65	0.38	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ทักษะของผู้ประกอบการ	4.68	0.38	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลโดยรวม	4.67	0.32		เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ทักษะของผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และลักษณะทางบุคลิกภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน	4.73	0.48	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
พื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ	4.68	0.49	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	4.65	0.54	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	4.70	0.48	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	4.71	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73) ปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) พื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	4.65	0.57	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	4.65	0.56	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี	4.67	0.51	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน	4.66	0.49	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน	4.67	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) การทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทักษะของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านทักษะของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว	4.71	0.49	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน	4.64	0.54	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนักไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา	4.67	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ	4.69	0.51	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถ ที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ	4.71	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทักษะของผู้ประกอบการ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว (ค่าเฉลี่ย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เท่ากับ 4.71) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านเครือข่าย ซึ่งได้แก่ ความจำเป็น ความไม่สมดุล การพึ่งพาอาศัยกัน ความมีประสิทธิภาพ ความมั่นคง และความชอบธรรม โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการแปลความหมายของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายและมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่าย

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความจำเป็น	4.68	0.37	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความไม่สมดุล	4.68	0.35	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การพึ่งพาอาศัยกัน	4.67	0.36	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความมีประสิทธิภาพ	4.66	0.35	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความมั่นคง	4.66	0.35	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความชอบธรรม	4.66	0.35	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านเครือข่าย โดยรวม	4.67	0.28		เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่าย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านเครือข่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความจำเป็น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) ความไม่สมดุล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) การพึ่งพาอาศัยกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) ความมั่นคง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และความชอบธรรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความจำเป็น

ปัจจัยด้านความจำเป็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ	4.71	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ	4.67	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความจำเป็น (ต่อ)

ปัจจัยด้านความจำเป็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด	4.67	0.50	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ	4.65	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	4.70	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ	4.65	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	4.70	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความจำเป็น พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70)การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่สมดุล

ปัจจัยด้านความไม่สมดุล	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม	4.66	0.53	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน	4.71	0.47	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ	4.66	0.52	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ	4.70	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่สมดุล (ต่อ)

ปัจจัยด้านความไม่สมดุล	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ	4.69	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่สมดุล พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน

ปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย	4.68	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร	4.64	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจ	4.68	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ	4.69	0.51	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ	4.69	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านความมีประสิทธิภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ	4.69	0.48	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	4.66	0.49	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย	4.67	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ	4.67	0.50	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ	4.66	0.52	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีประสิทธิภาพ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง

ปัจจัยด้านความมั่นคง	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ลำดับที่**	**แปลความหมาย**
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ	4.65	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	4.69	0.48	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน	4.66	0.49	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง (ต่อ)

ปัจจัยด้านความมั่นคง	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ	4.69	0.49	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง	4.65	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความชอบธรรม

ปัจจัยด้านความชอบธรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น	4.65	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	4.69	0.48	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ	4.67	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน	4.67	0.52	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด	4.64	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความชอบธรรม พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนวัตกรรม ซึ่งได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมกลยุทธ์ โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการแปลความหมายของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายและมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรม

ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	4.68	0.34	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
นวัตกรรมกระบวนการ	4.66	0.34	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
นวัตกรรมกลยุทธ์	4.68	0.34	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านนวัตกรรมโดยรวม	4.67	0.27		เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรม พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) นวัตกรรมกลยุทธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และนวัตกรรมกระบวนการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น	4.71	0.46	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้	4.71	0.47	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม	4.69	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่	4.68	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม	4.69	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่	4.68	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมหากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้	4.66	0.52	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และมีความยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ

ปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ปัจจุบันกระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจรองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.70	0.47	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี	4.65	0.50	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์	4.66	0.51	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ	4.64	0.51	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุนและลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์	4.66	0.50	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าปัจจุบันกระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจรองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุน และลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) และการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ เพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกลยุทธ์

ปัจจัยด้านนวัตกรรมกลยุทธ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจ ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น	4.65	0.55	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ	4.79	0.44	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้เกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ	4.71	0.48	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้	4.65	0.57	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ธุรกิจควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ	4.65	0.56	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมกลยุทธ์ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79) การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้เกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจ ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65) และธุรกิจควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ กระบวนการภายใน และการเติบโตของกิจการ โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการแปลความหมายของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายและมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยความสำเร็จ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
กระบวนการภายใน	4.66	0.36	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การเติบโตของกิจการ	4.68	0.36	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยความสำเร็จโดยรวม	4.67	0.34		เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการเติบโตของกิจการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68) และกระบวนการภายใน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการภายใน

ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด	4.67	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด	4.66	0.49	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่างๆ ของธุรกิจ	4.67	0.50	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/ การให้บริการ	4.71	0.49	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการภายใน (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน	4.64	0.54	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/การให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่างๆ ของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ

ปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน	4.67	0.51	3	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม	4.69	0.51	2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	4.71	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.71	0.50	1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่	แปลความหมาย
การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน	4.65	0.54	4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการเติบโตของกิจการ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71) การมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69) ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และการมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

4.7 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผู้วิจัยจะใช้สัญลักษณ์แทนตัวแปรทั้งหมดในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลดังนี้

PSF = ปัจจัยด้านจิตวิทยา

SEF = ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง

OPT = การมองโลกในแง่ดี

HOP = ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย

RES = ความยืดหยุ่นทางอารมณ์

PNF = ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล

DEM = ลักษณะทางประชากรศาสตร์

PES	=	ลักษณะทางบุคลิกภาพ
SKI	=	ทักษะของผู้ประกอบการ
NWF	=	ปัจจัยด้านเครือข่าย
NEC	=	ความจำเป็น
ASY	=	ความไม่สมดุล
REC	=	การพึ่งพาอาศัยกัน
EFF	=	ความมีประสิทธิภาพ
STB	=	ความมั่นคง
LEG	=	ความชอบธรรม
INF	=	ปัจจัยด้านนวัตกรรม
PDI	=	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
PCI	=	นวัตกรรมกระบวนการ
STI	=	นวัตกรรมกลยุทธ์
KSF	=	ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ
INP	=	กระบวนการภายใน
GRO	=	การเติบโตของกิจการ

การนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสภาพตัวแปร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความตรงของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสภาพของตัวแปร

ก่อนการทดสอบความตรงของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสภาพของตัวแปร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) และเป็นการทดสอบโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแบบ Pearson โดยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการแจกแจงแบบปกติหลายตัวแปร

เนื่องจากในการวิจัยครั้งมี ผู้วิจัยมีตัวแปรตาม 1 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ (KSF) และมีตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (PSF) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (PNF) ปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) ผู้วิจัยจึงตรวจสอบการแจกแจงปกติหลายตัวแปรด้วยโปรแกรม SEM (Structural Equation Model) โดยใช้วิธีการประมาณค่า Mahalanobis Distance อันเป็นค่าระยะทางหรือช่วงห่างของข้อมูลในหน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วยกับค่าเซ็นทรอยด์ (Centroid) ซึ่งได้มาจากค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามทุกตัว เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าหน่วยตัวอย่างนั้น ๆ แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ เป็นตัวแปรสุดโต่งหรือไม่ (Outlier)

ตารางที่ 4.34 ระยะห่าง Mahalanobis Distance ของข้อมูลก่อนการทดสอบความตรงของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย

	Minimum	Maximum	Mean	SD	N
Mahalanobis Distance	0.05	15.94	3.07	2.98	1,451

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีค่า p ที่น้อยกว่า 0.001 จำนวน 549 ตัวอย่าง จึงคงเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบ จำนวน 1,451 ตัวอย่าง ซึ่งค่าสูงสุดของผลการวิเคราะห์ Mahalanobis Distance พบว่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 15.94 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤติ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 16.27 (Pallant, 2005 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551) แสดงว่า ไม่มีข้อมูลใดที่เป็นข้อมูลสุดโต่งแบบหลายตัวแปร และลักษณะการแจกแจงของข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์มีแนวโน้มการแจกแจงแบบปกติพหุนาม (Multivariate Normal Distribution)

2) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ (Correlation)

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการของ Pearson โดยพิจารณาแบ่งตามกลุ่มของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ต้องการศึกษา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (PSF) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (PNF) ปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) ตัวแปรตาม 2 ตัวแปร ได้แก่ กระบวนการภายใน (INP) และการเติบโตของกิจการ (GRO)

เมื่อผู้วิจัยแบ่งตามกลุ่มของตัวแปรอิสระในปัจจัยด้านจิตวิทยา (PSF) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (PNF) ปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) พบว่า มีความสัมพันธ์กันตั้งแต่ 0.51 - 0.71 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ต่ำกว่า 0.80 ทุกคู่ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสม

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเมื่อแบ่งกลุ่มตามปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ปัจจัยความสำเร็จ	ตัวแปร	PSF	PNF	NWF	INF
INP	PSF	1.00	0.56*	0.54*	0.51*
	PNF		1.00	0.71*	0.67*
	NWF			1.00	0.60*
	INF				1.00
GRO	PSF	1.00	0.56*	0.54*	0.51*
	PNF		1.00	0.71*	0.67*
	NWF			1.00	0.70*
	INF				1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความตรงของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในโมเดลเชิงสาเหตุของการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 18 ตัวแปร โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน แบ่งตัวแปรสังเกตได้ตามกลุ่มของตัวแปรแฝงได้เป็น 5 กลุ่ม คือ ตัวแปรสังเกตได้ด้านจิตวิทยา จำนวน 4 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ด้านลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 3 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ด้านเครือข่าย จำนวน 6 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรม จำนวน 3 ตัวแปร ตัวแปรสังเกตได้ด้านปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 2 ตัวแปร ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 134 คู่ ในจำนวนนี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 134 คู่ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

	SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
SEF	1.00																	
OPT	.611**	1																
HOP	.544**	.584**	1															
RES	.507**	.532**	.591**	1														
DEM	.413**	.387**	.461**	.506**	1													
PES	.423**	.358**	.439**	.473**	.641**	1												
SKI	.457**	.366**	.432**	.451**	.602**	.646**	1											
NEC	.394**	.356**	.372**	.371**	.532**	.630**	.713**	1										
ASY	.371**	.346**	.380**	.427**	.505**	.522**	.551**	.545**	1									
REC	.444**	.369**	.439**	.373**	.520**	.542**	.519**	.513**	.579**	1								
EFF	.386**	.364**	.394**	.377**	.436**	.493**	.449**	.476**	.482**	.602**	1							
STB	.390**	.351**	.358**	.393**	.456**	.508**	.531**	.499**	.522**	.522**	.631**	1						
LEG	.423**	.409**	.361**	.400**	.432**	.497**	.492**	.497**	.503**	.527**	.553**	.596**	1					
PDI	.305**	.357**	.316**	.346**	.368**	.362**	.379**	.370**	.388**	.412**	.458**	.459**	.589**	1				
PCI	.404**	.351**	.358**	.382**	.384**	.412**	.372**	.370**	.359**	.342**	.395**	.406**	.416**	.494**	1			
STI	.495**	.384**	.500**	.520**	.698**	.806**	.609**	.594**	.563**	.531**	.509**	.536**	.528**	.430**	.544**	1		

ตารางที่ 4.36 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (ต่อ)

	SEF	OPT	HOP	RES	DEM	PES	SKI	NEC	ASY	REC	EFF	STB	LEG	PDI	PCI	STI	INP	GRO
INP	.447**	.374**	.438**	.487**	.616**	.867**	.823**	.662**	.548**	.538**	.468**	.514**	.510**	.364**	.397**	.649**	1	
GRO	.433**	.362**	.430**	.431**	.705**	.673**	.910**	.755**	.537**	.518**	.448**	.522**	.483**	.373**	.353**	.651**	.736**	1
Mean	4.78	4.72	4.69	4.69	4.69	4.65	4.68	4.68	4.68	4.67	4.66	4.66	4.66	4.68	4.66	4.68	4.66	4.68
SD	0.34	0.33	0.34	0.35	0.35	0.38	0.38	0.37	0.35	0.36	0.35	0.35	0.35	0.34	0.34	0.34	0.36	0.36
Bartlett's Test of Sphericity = 723.810, P = 0.000, df = 134																		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .800																		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01126

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จากข้อมูลตารางที่ 4.36 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านจิตวิทยา จำนวน 4 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับปานกลางโดยมีค่าตั้งแต่ 0.507 - 0.611 ตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง กับการมองโลกในแง่ดี (r = 0.611) รองลงมา คือ ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย กับความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (r = 0.591) ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง กับ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (r = 0.507)

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 3 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับปานกลางโดยมีค่าตั้งแต่ 0.602 – 0.646 ตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ลักษณะทางบุคลิกภาพ กับ ทักษะของผู้ประกอบการ (r = 0.646) รองลงมา คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ลักษณะทางบุคลิกภาพ (r = 0.641) ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทักษะของผู้ประกอบการ (r = 0.602)

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านเครือข่าย จำนวน 6 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับต่ำจนถึงระดับปานกลางโดยมีค่าตั้งแต่ 0.476 – 0.631 ตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความมีประสิทธิภาพ กับ ความมั่นคง (r = 0.631) รองลงมา คือ การพึ่งพาอาศัยกัน กับ ความมีประสิทธิภาพ (r = 0.602) ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความจำเป็น กับ ความมีประสิทธิภาพ (r = 0.476)

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรม จำนวน 3 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับต่ำจนถึงระดับปานกลางโดยมีค่าตั้งแต่ 0.430 – 0.544 ตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ นวัตกรรมกระบวนการ กับ นวัตกรรมกลยุทธ์ (r = 0.544) รองลงมา คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กับ นวัตกรรมกระบวนการ (r = 0.494) ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กับ นวัตกรรมกลยุทธ์ (r = 0.430)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำนวน 2 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับสูง (r = 0.736)

โดยสรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 18 ตัวแปร รวม 134 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 134 คู่ คิดเป็นร้อยละ 100 ตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมีความสัมพันธ์ต่ำถึงสูง และมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด ความสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มตัวแปรด้านจิตวิทยา พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.507 - 0.611 ด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.602 – 0.646 ด้านเครือข่าย พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.476 – 0.631 ด้านนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.430 – 0.544 และด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.736

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัด (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัด (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงทุกตัวที่ใช้ในการศึกษามาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันว่าตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ใช้วัดเฉพาะตัวแปรแฝงตามที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม เพื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของรายการคำนวณ รวมถึงเพื่อเป็นการตรวจสอบและยืนยันว่าตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ใช้วัดเฉพาะตัวแปรแฝงที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 55.342 df เท่ากับ 27 GFI เท่ากับ 0.98 AGFI เท่ากับ 0.93 RMSEA เท่ากับ 0.05 แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงภายนอกทุกตัวสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือ หมายความว่า ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถวัดได้จากตัวบ่งชี้

หรือตัวแปรสังเกตได้ตามที่กำหนดให้ตามลำดับ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัววัดได้จาก R^2 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.32 – 0.67 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ การมองโลกในแง่ดี มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 67 รองลงมา ได้แก่ ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 54 ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 49 และความมั่นใจในความสามารถของตนเอง มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 36

(2) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.83 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 32 รองลงมา ได้แก่ ทักษะของผู้ประกอบการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 55 และลักษณะทางบุคลิกภาพ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 45

(3) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ความชอบธรรม มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 46 รองลงมา ได้แก่ ความไม่สมดุล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 38 การพึ่งพาอาศัยกัน มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 49 ความมั่นคง มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.65 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 59 ความมีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 44 และความจำเป็น มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 36

(4) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 66 รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรม

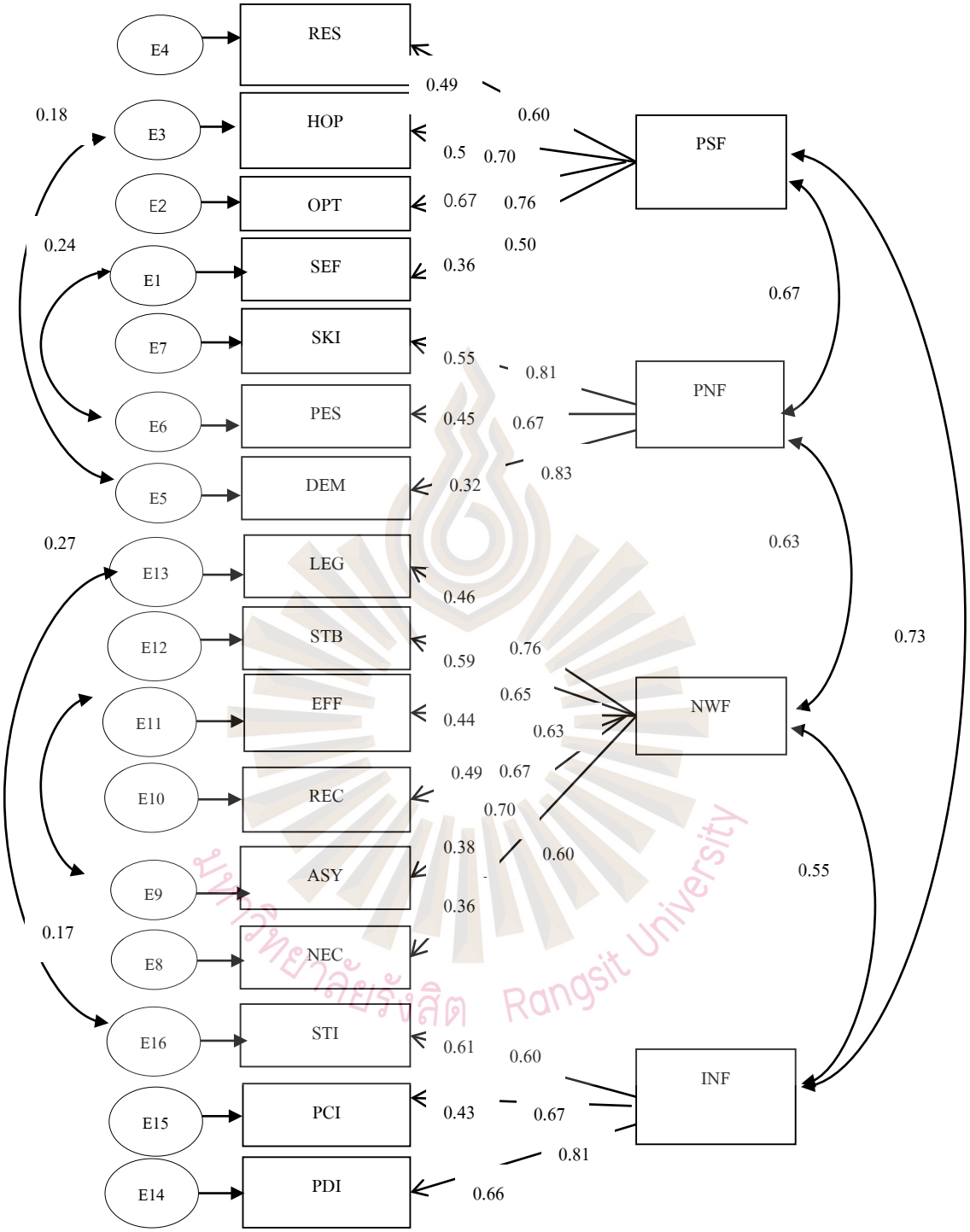
กระบวนการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 43 และนวัตกรรมกลยุทธ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 61

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	S.E.	t	สัมประสิทธิ์มาตรฐาน	R^2
SEF	0.80	0.07	9.87	0.50	0.36
OPT	0.92	0.05	10.11	0.76	0.67
HOP	1.00	0.06	9.52	0.70	0.54
RES	0.90	0.08	11.10	0.60	0.49
DEM	1.00	0.07	14.09	0.83	0.32
PES	0.65	0.04	11.76	0.67	0.45
SKI	1.00	0.05	14.09	0.81	0.55
NEC	0.81	0.08	7.86	0.60	0.36
ASY	0.91	0.07	10.60	0.70	0.38
REC	0.84	0.08	11.05	0.67	0.49
EFF	1.10	0.07	10.26	0.63	0.44
STB	0.82	0.08	9.86	0.65	0.59
LEG	1.10	0.05	11.64	0.76	0.46
PDI	0.90	0.06	15.06	0.81	0.66
PCI	0.55	0.04	10.65	0.67	0.43
STI	1.00	0.07	9.54	0.60	0.61

Chi-Square = 55.342, df = 27, GFI = 0.98, AGFI = 0.93, RMSEA = 0.05

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



รูปที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม

ตารางที่ 4.38 การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนปรับ		หลังปรับ	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	$\leq$ 3.00	3.12	ไม่ผ่านเกณฑ์	2.04	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq$ 0.90	0.95	ผ่านเกณฑ์	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$\geq$ 0.90	0.91	ผ่านเกณฑ์	0.93	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$\leq$ 0.05	0.07	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.05	ผ่านเกณฑ์

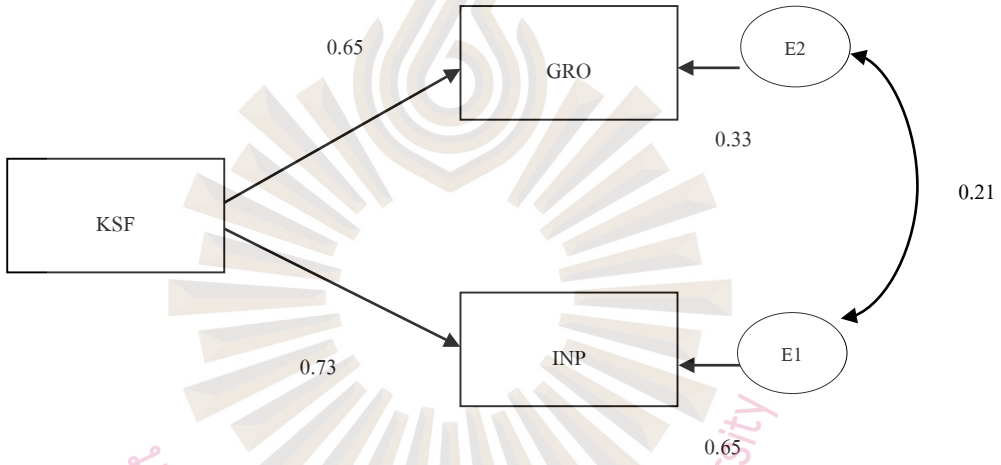
ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม พบว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงทั้ง 4 นั้น โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 4 ด้าน ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ χ^2/df = 55.342, df = 27, GFI = 0.98, AGFI = 0.93, RMSEA = 0.05 จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงภายใน เป็นตัวแปรแฝงที่สามารถเป็นได้ทั้งตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งมีตัวแปรจำนวน 1 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ เพื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของรายการคำถาม รวมถึงเป็นการตรวจสอบและยืนยันว่าตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ใช้วัดเฉพาะตัวแปรแฝงตามที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 12.048 df เท่ากับ 6 P-value เท่ากับ 0.061 GFI เท่ากับ 0.97 AGFI เท่ากับ 0.965 RMSEA เท่ากับ 0.03 แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงภายในทุกตัวสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือ หมายความว่า ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถวัดได้จากตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ตามที่กำหนดให้ตามลำดับ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัววัดได้จาก R^2 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.33 – 0.65 โดยพบว่า องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ กระบวนการภายใน มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 65 รองลงมา ได้แก่ การเติบโตของกิจการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.65 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	S.E.	t	สัมประสิทธิ์มาตรฐาน	R^2
INP	1.21	0.00	12.11	0.73	0.65
GRO	1.07	0.13	10.76	0.65	0.33

Chi-Square = 12.048, df = 6, P-value = 0.061, GFI = 0.97, AGFI = 0.96, RMSEA = 0.03



รูปที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.40 การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนปรับ		หลังปรับ	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	$\leq$ 3.00	2.79	ผ่านเกณฑ์	2.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq$ 0.90	0.92	ผ่านเกณฑ์	0.97	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$\geq$ 0.90	0.91	ผ่านเกณฑ์	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$\leq$ 0.05	0.05	ผ่านเกณฑ์	0.03	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการพบว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงนั้น โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ χ^2/df = 12.048, df = 6, GFI = 0.97,

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

AGFI = 0.96, RMSEA = 0.03 จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัว

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัว เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ เพื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของรายการคำนวณ รวมถึงเพื่อเป็นการตรวจสอบและยืนยันว่าตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ใช้วัดเฉพาะตัวแปรแฝงที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 159.025 df เท่ากับ 83 GFI เท่ากับ 0.96 AGFI เท่ากับ 0.91 RMSEA เท่ากับ 0.05 แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงภายนอกทุกตัวสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือ หมายความว่า ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถวัดได้จากตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ตามที่กำหนดให้ตามลำดับ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัววัดได้จาก R^2 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.35 – 0.68 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.82 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 67 รองลงมา ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.62 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 37 ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 42 และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 35

(2) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.83 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 41 รองลงมา ได้แก่ ทักษะของผู้ประกอบการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.66 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 43 และลักษณะทางบุคลิกภาพ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.65 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ร้อยละ 54

(3) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ความมั่นคง มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และมีความแปร

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 68 รองลงมา ได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 54 ความจำเป็น มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 51 ความไม่สมดุล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.71 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 49 การพึ่งพาอาศัยกัน มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 42 และความชอบธรรม มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านเครือข่าย ร้อยละ 47

(4) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ นวัตกรรมกระบวนการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.83 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 49 รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 42 และนวัตกรรมกลยุทธ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านนวัตกรรม ร้อยละ 68

(5) องค์ประกอบตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ กระบวนการภายใน มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 56 รองลงมา ได้แก่ การเติบโตของกิจการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และมีความแปรผันกับองค์ประกอบปัจจัยด้านจิตวิทยา ร้อยละ 43

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	S.E.	t	สัมประสิทธิ์มาตรฐาน	R^2
SEF	0.99	0.05	11.17	0.61	0.42
OPT	1.00	-	-	0.62	0.37
HOP	0.87	0.06	12.58	0.82	0.67

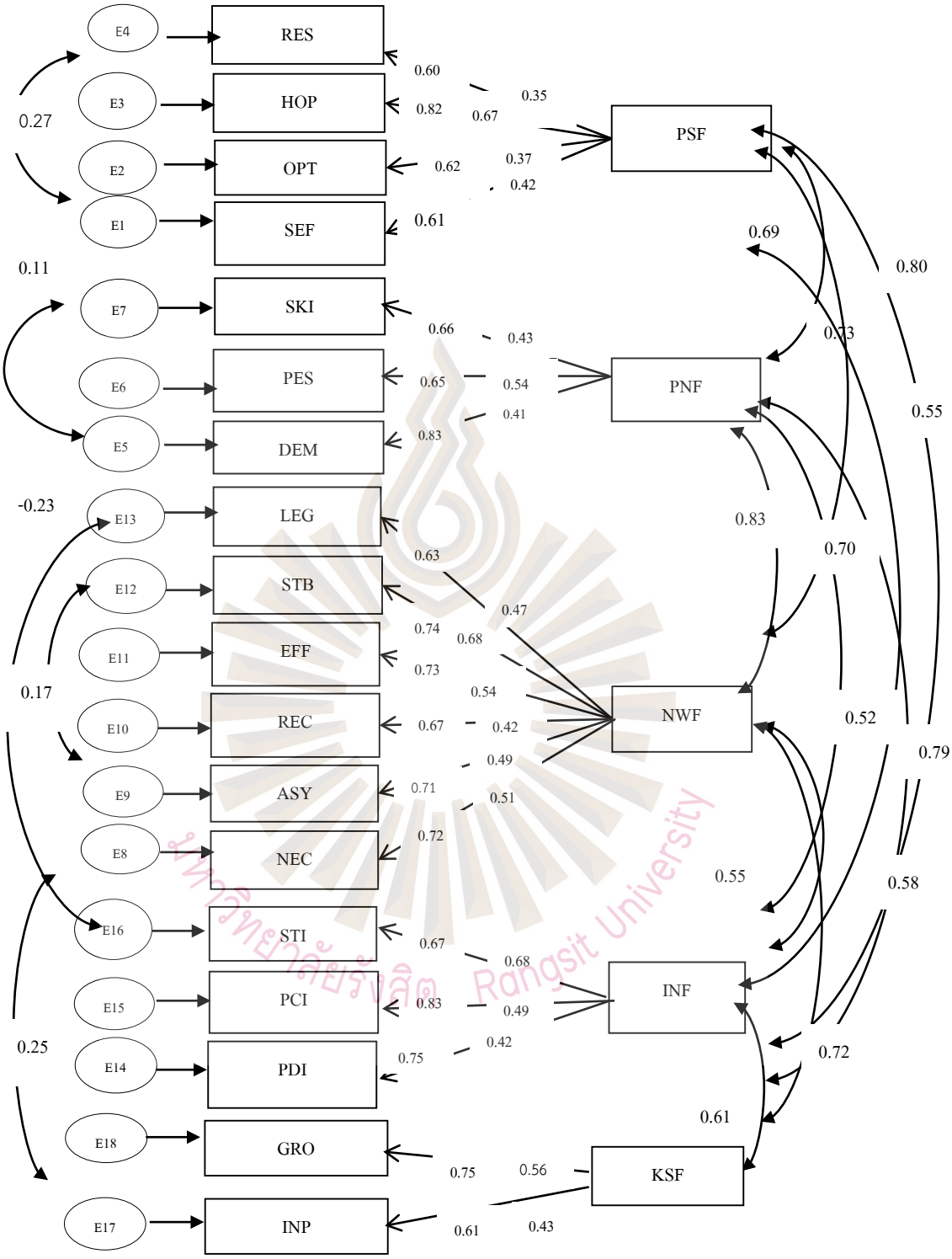
มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ(ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	S.E.	t	สัมประสิทธิ์มาตรฐาน	R^2
RES	1.06	0.07	16.02	0.60	0.35
DEM	1.00	-	-	0.83	0.41
PES	0.52	0.04	12.80	0.65	0.54
SKI	0.96	0.08	11.55	0.66	0.43
NEC	0.83	0.09	12.68	0.72	0.51
ASY	1.06	0.08	13.53	0.71	0.49
REC	1.00	0.11	11.71	0.67	0.42
EFF	1.34	0.04	12.71	0.73	0.54
STB	1.15	0.07	13.82	0.74	0.68
LEG	1.10	0.13	11.22	0.63	0.47
PDI	1.38	0.26	13.21	0.75	0.42
PCI	0.83	0.05	11.71	0.83	0.49
STI	0.95	0.09	12.70	0.67	0.68
INP	1.37	0.08	11.78	0.75	0.56
GRO	0.94	0.09	13.11	0.61	0.43

Chi-Square = 159.025, df = 83, GFI = 0.96, AGFI = 0.91, RMSEA = 0.05

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



รูปที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.42 การปรับโมเดลการวัดองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนปรับ		หลังปรับ	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	$\leq$ 3.00	2.50	ผ่านเกณฑ์	1.91	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq$ 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์	0.96	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$\geq$ 0.90	0.89	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.91	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$\leq$ 0.05	0.07	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.05	ผ่านเกณฑ์

จากหัวข้อดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด (Construct Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสม โดยพิจารณาจากดัชนีคววามสอดคล้องของโมเดลในแต่ละโมเดล ซึ่งเป็นการวัดโดยใช้ค่า Chi-Square เท่ากับ 159.025 df เท่ากับ 83, GFI เท่ากับ 0.96 AGFI เท่ากับ 0.91 และ RMSEA เท่ากับ 0.05 ของทุกโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเหมาะกับการนำไปวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยต่อไป

3) ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL: Linear Structure Relationship)

เมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบสมมติฐาน ว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์นั้นเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Indentity Matrix) หรือไม่ โดยใช้ Bartlett's Test of Sphericity และมีค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Samping Adequacy = KMO) ซึ่ง Mueller (1978 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) เสนอไว้ว่า ถ้ามีค่ามากกว่า 0.80 ดีมาก และถ้าน้อยกว่า 0.50 ใช้ไม่ได้ ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งนี้ พบว่า ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 721.030 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ และมีค่า ดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน เท่ากับ .850 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความตรงของโมเดลของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และประมาณค่าขนาดอิทธิพลของตัวแปรกระบวนการภายในและการเติบโตของกิจการที่มีต่อตัวแปรแฝงภายใน คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย ปัจจัยด้านนวัตกรรม ด้วยการวิเคราะห์โมเดลลิสเรล ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.43 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

อิทธิพล	PSF			PNF			NWF			INF			KSF		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE
Unstandardized Solution															
PSF	-	-	-	.63*	.74*	-	.85*	.94*	.23*	.62*	.91*	.23*	.74*	.85*	.43*
SE	-	-	-	(.11)	(.11)	-	(.42)	(.42)	(.11)	(.32)	(.43)	(.51)	(.33)	(.23)	(.43)
PNF	-	-	-	-	-	-	.91*	.93*	-	.23*	.27*	.45*	.95*	.95*	-
SE	-	-	-	-	-	-	(.71)	(.22)	-	(.11)	(.21)	(.48)	.41	.41	-
NWF	.21**	.21**	-	.05**	.02*	.04*	.15*	.04*	.12*	.04*	.06*	.15*	.16**	.02	.13**
SE	(.01)	(.01)	-	(.01)	(.01)	(.01)	(.03)	(0.1)	(.01)	(.01)	(.01)	(0.4)	(0.2)	(.02)	(.05)
INF	.03*	.04*	-	.02**	.04*	.02*	.06*	.04*	.07*	.03*	.01*	.05*	.06*	.02	.05**
SE	(.01)	(.01)	-	(.01)	(.01)	(.01)	(.01)	(.03)	(.03)	(.01)	(.03)	(.02)	(.03)	(.04)	(.02)
Standardized Solution															
PSF	-	-	-	.25	.25	-	.16	.61	.43	.25	.68	.47			
PNF	-	-	-	-	-	-	.30	.42	-	-	-	-			
NWF	.85	.85	-	.55	.24	.27	.65	.17	.15	.72	.32	.71			
INF	.22	.22	-	.31	.21	.17	.32	.23	.06	.21	.21	.28			
ตัวแปรภายนอกสังเกตได้		b	S.E.	t	R^2		ตัวแปรภายในสังเกตได้		b	S.E.	t	R^2			
SEF		.33	.03	8.84	.71		INP		.70	.05	10.42	.87			
OPT		.71	.03	11.22	.93		GRO		.62	.05	10.33	.76			
HOP		.69	.05	15.72	.99										
RES		.79	.04	11.45	.82										
DEM		.65	.02	9.74	.91										
PES		.42	.01	10.37	.72										
SKI		.32	.05	11.42	.67										
NEC		.21	.03	12.98	.52										
ASY		.11	.05	8.79	.61										
REC		.45	.05	11.21	.98										
EFF		.34	.05	9.33	.87										
STB		.23	.02	11.24	.73										
LEG		.84	.05	10.23	.81										
PDI		.72	.05	11.98	.52										
PCI		.91	.03	10.33	.78										
STI		.64	.05	11.56	.61										

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ตารางที่ 4.43 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (ต่อ)

Chi-Square = 18.05 df = 15 p = 0.31
GFI = .85 AGFI = .71
RMR = .021 R^2 for structural equation (R^2 : KSF =.83)
KMO = .850
Bartlett's Test of Sphericity : Approx. Chi-Square = 721.030, df 134, p = .000

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลตามกรอบแนวคิด พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากผลการทดสอบค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่าเท่ากับ 18.05; p = 0.31 (ตามมาตรฐานต้องมีค่าสำคัญกว่า .05) ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 15 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value = 0.00) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ((2χ) / df) มีค่าเท่ากับ 1.20 (ตามมาตรฐานไม่ควรเกิน 2) ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 ค่า GFI เท่ากับ 0.85 (ตามมาตรฐานควรมีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป) ไม่ผ่านเกณฑ์ คือ มีค่าน้อยกว่า 0.9 และค่า AGFI เท่ากับ .71 (ตามมาตรฐานควรมีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป) ไม่ผ่านเกณฑ์ คือ มีค่าน้อยกว่า 0.9 ส่วนค่า RMR เท่ากับ 0.021 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05) ผ่านเกณฑ์คือ มีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (HOP) มีค่ามากสุด เท่ากับ 0.99 รองลงมา คือ ตัวแปรการพึ่งพาอาศัยกัน (REC) มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีค่าเท่ากับ 0.83 แสดงว่า ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้ร้อยละ 83

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ (KSF) พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) เป็นทางบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.02 นอกจากนี้ตัวแปรทั้งสอง คือ ตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) ส่งผลต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการทางอ้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.13 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) ให้ค่าอิทธิพลรวมต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการเป็นทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.16 และ 0.06

ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา (PSF) และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (PNF) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.85 และ 0.95 แสดงว่า ถ้าผู้ประกอบการมีจิตวิทยาและลักษณะส่วนบุคคลที่ดีขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน โดยพิจารณาแยกตามตัวแปรแฝง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านจิตวิทยา (PSF) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (RES) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.79) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 82 รองลงมา คือ ตัวแปรการมองโลกในแง่ดี (OPT) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.71) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 93 ตัวแปรความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (HOP) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.69) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 99 และตัวแปรความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (SEF) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.33) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 71

2) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (PNF) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ (DEM) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.65) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 91 รองลงมา คือ ตัวแปรลักษณะทางบุคลิกภาพ (PES) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.42) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 72 และตัวแปรทักษะของผู้ประกอบการ (SKI) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.32) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 67

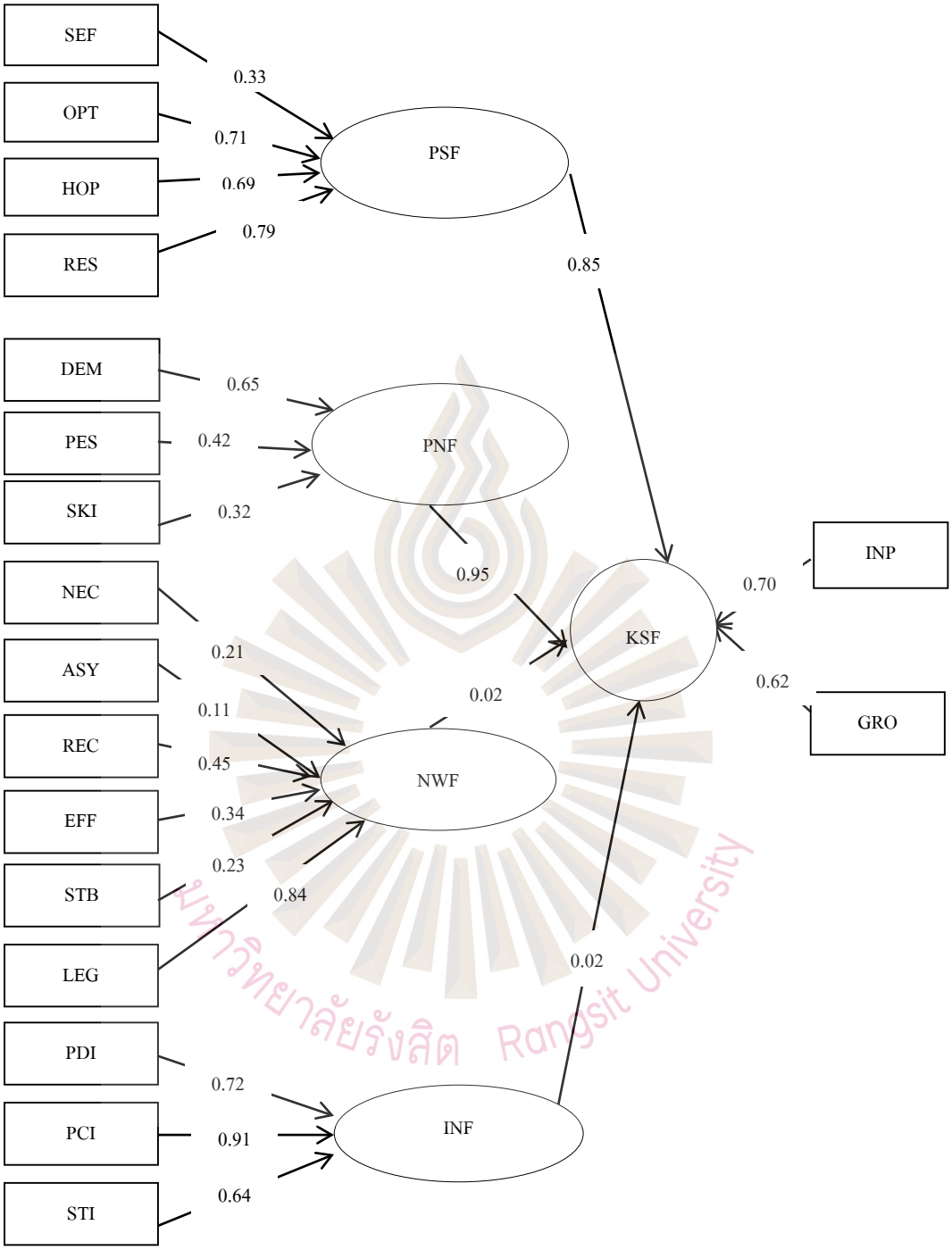
3) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านเครือข่าย (NWF) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรความชอบธรรม (LEG) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.84) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 81 รองลงมา คือ ตัวแปรการพึ่งพาอาศัยกัน (REC) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.45) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 98 ตัวแปรความมีประสิทธิภาพ (EFF) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.34) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 87 ตัวแปรความมั่นคง (STB) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.23) โดยมีความผันแปร

ร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 73 ตัวแปรความจำเป็น (NEC) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.21) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 52 และตัวแปรความไม่สมดุล (ASY) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.11) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 61

4) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านนวัตกรรม (INF) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรนวัตกรรมกระบวนการ (PCI) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.91) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 78 รองลงมา คือ ตัวแปรนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PDI) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.72) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 52 และตัวแปรนวัตกรรมกลยุทธ์ (STI) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.64) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 61

5) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ (KSF) ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรกระบวนการภายใน (INP) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.70) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 87 รองลงมา คือ ตัวแปรการเติบโตของกิจการ (GRO) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.62) โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 76

เมื่อพิจารณาเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวกทุกคู่ โดยคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา และตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.89 รองลงมา คือ ตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลและตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.85 ตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.79 ตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.67 ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา และตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.62 ตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม และตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.39 ตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.38 ตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลและตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.36 ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยาและตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.31 ตามลำดับ



รูปที่ 4.4 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ในบทนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และเพื่อศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคการผลิต การค้า และการบริการ และเป็นสมาชิกของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารระดับสูงหรือเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 1,500 ราย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 6 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามดังกล่าวจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามและทำการปรับปรุงข้อคำถามให้ครอบคลุมตามนิยามศัพท์เฉพาะและความมุ่งหมายของการวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (Index of Item-objective Congruence: IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม สำหรับการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลทั้งหมดถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ทางสถิติผ่านสมการเชิงโครงสร้าง SEM (Structural Equation Model) เพื่อการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง โดยผู้วิจัยสามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ/ หุ้นส่วนของกิจการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิต การค้า และการบริการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 4 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่สร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองและเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น โดยเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมาแล้ว 8 ปี และมีลักษณะของสถานประกอบการในรูปแบบของกิจการให้บริการ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความมั่นใจในความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ นอกจากนี้ยังพบว่า

5.1.2.1 ปัจจัยด้านความมั่นใจในความสามารถของตนเอง กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการเพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความสามารถเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต การใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การใช้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี การใช้ความสามารถส่วนตัวของในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ และการมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ

5.1.2.2 ปัจจัยด้านการมองโลกในแง่ดี กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการนำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต ความยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต การคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้าในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ การมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก ต่อสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

5.1.2.3 ปัจจัยด้านความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงวิธีการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ การตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่าย โดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ

การเมือง เทคโนโลยี เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจยังคงประสบผลสำเร็จไปได้ ด้วยความรู้ ความสามารถ และความตั้งใจจริง

5.1.2.4 ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความสามารถในการบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ การไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมเมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน การศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์ที่รุนแรง โดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษาและฝึกฝนจิตใจ การมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจ เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน และการไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ และทักษะของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่า

5.1.3.1 ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ การมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ การใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

5.1.3.2 ปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำ ๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้

ธุรกิจประสบความสำเร็จ ความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน และผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน

5.1.3.3 ปัจจัยด้านทักษะของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ และผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านเครือข่าย และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความจำเป็น ความไม่สมดุล การพึ่งพาอาศัยกัน ความมีประสิทธิภาพ ความมั่นคง และความชอบธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5.1.4.1 ปัจจัยด้านความจำเป็น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด การสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.4.2 ปัจจัยด้านความไม่สมดุล กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

ที่ไม่เป็นธรรม ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ ความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ และความต้องการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ

5.1.4.3 ปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจ ความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ และความต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

5.1.4.4 ปัจจัยด้านความมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ

5.1.4.5 ปัจจัยด้านความมั่นคง กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของ

ผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

5.1.4.6 ปัจจัยด้านความชอบธรรม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น ความต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ ความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน และความต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยด้านนวัตกรรม และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังพบว่า

5.1.5.1 ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้ การมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่ และมีความยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้

5.1.5.2 ปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าปัจจุบันกระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจรองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้า

เป้าหมายได้เป็นอย่างดี การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์ การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ และการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุน และลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์

5.1.5.3 ปัจจัยด้านนวัตกรรมกลยุทธ์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจ ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้เกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ การใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้ และธุรกิจควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ

5.1.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัจจัยความสำเร็จ และในแต่ละปัจจัยย่อยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกระบวนการภายใน และการเติบโตของกิจการ นอกจากนี้ยังพบว่า

5.1.6.1 ปัจจัยความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ ความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/ การให้บริการ และความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน

5.1.6.2 ปัจจัยความสำเร็จด้านการเติบโตของกิจการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน การมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม การมีจำนวนลูกค้าที่

เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน

5.1.7 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กันตั้งแต่ 0.51 - 0.71 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ต่ำกว่า 0.80 ทุกคู่ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสม โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง กับ การมองโลกในแง่ดี รองลงมา คือ ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย กับ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง กับ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ พบว่า

5.1.7.1 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 3 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ลักษณะทางบุคลิกภาพ กับ ทักษะของผู้ประกอบการ รองลงมา คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ลักษณะทางบุคลิกภาพ ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทักษะของผู้ประกอบการ

5.1.7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านเครือข่าย จำนวน 6 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความมีประสิทธิภาพ กับ ความมั่นคง รองลงมา คือ การพึ่งพาอาศัยกัน กับ ความมีประสิทธิภาพ ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความจำเป็น กับ ความมีประสิทธิภาพ

5.1.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรม จำนวน 3 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ นวัตกรรมกระบวนการ กับ นวัตกรรมกลยุทธ์ รองลงมา คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กับ นวัตกรรมกระบวนการ ส่วนคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กับ นวัตกรรมกลยุทธ์

5.1.7.4 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำนวน 2 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกันทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับสูง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 18 ตัวแปร รวม 134 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 134 คู่ คิดเป็นร้อยละ 100 ตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมีความสัมพันธ์ต่ำถึงสูง และมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด ความสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มตัวแปรด้านจิตวิทยา พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.507 - 0.611 ด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.602 – 0.646 ด้านเครือข่าย พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.476 – 0.631 ด้านนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปร มีค่าสูงตั้งแต่ 0.430 – 0.544 และด้านปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.736

สำหรับผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ทางสถิติผ่านสมการเชิงโครงสร้าง SEM (Structural Equation Model) พบว่า ค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ในตัวแปรความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมายมีค่ามากสุด รองลงมา คือ ตัวแปรการพึ่งพาอาศัยกัน และเมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรมเป็นทางบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ตัวแปรทั้งสอง คือ ตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและตัวแปรปัจจัยด้าน

นวัตกรรมยังส่งผลต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการทางอ้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยด้านเครือข่าย และตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรมให้ค่าอิทธิพลรวมต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการเป็นทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาและปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลยังมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ถ้าผู้ประกอบการมีจิตวิทยาและลักษณะส่วนบุคคลที่ดีขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน โดยพิจารณาแยกตามตัวแปรแฝงแล้ว พบว่า

1) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรความยืดหยุ่นทางอารมณ์ โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 82 รองลงมา คือ ตัวแปรการมองโลกในแง่ดี ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย และความมั่นใจในความสามารถของตนเอง

2) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 91 รองลงมา คือ ตัวแปรลักษณะทางบุคลิกภาพ และตัวแปรทักษะของผู้ประกอบการ

3) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านเครือข่าย พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรความชอบธรรม โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 81 รองลงมา คือ ตัวแปรการพึ่งพาอาศัยกัน ความมีประสิทธิภาพ ความมั่นคง ความจำเป็น และความไม่สมดุล

4) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยด้านนวัตกรรม พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรนวัตกรรมกระบวนการ โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 78 รองลงมา คือ ตัวแปรนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และตัวแปรนวัตกรรมกลยุทธ์

5) ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปรกระบวนการภายใน โดยมีความผันแปรร่วมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ร้อยละ 87 รองลงมา คือ ตัวแปรการเติบโตของกิจการ

เมื่อพิจารณาเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวกทุกคู่ โดยคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา และตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย รองลงมา คือ ตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลและตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่าย ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า จากการตรวจสอบความตรงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายและตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลได้มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการด้วยเช่นเดียวกัน

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยพบว่า การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่สร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองและเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ โดยได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น และเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมาแล้ว 8 ปี และมีลักษณะของสถานประกอบการในรูปแบบของกิจการให้บริการ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการที่ผู้ประกอบการได้ทำการคิดค้นหรือก่อสร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองนั้น เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความสามารถด้านความคิด ด้านการใช้ความรู้ในการนำมาใช้เพื่อการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังมีความสามารถในด้านความเสี่ยงที่เกิดจากการยอมรับได้ของผู้ประกอบการ ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการได้ทำการตัดสินใจเปิดดำเนินธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ผู้ประกอบการต้องยอมรับในความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการประกอบธุรกิจ ดั่งที่ Hatten (2006) ได้กล่าวว่าไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีโอกาสและผลประโยชน์ในธุรกิจ โดยเป็นผู้มีความรู้ และมีความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบและการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่มหรือดำเนินธุรกิจ ซึ่ง Dess et al. (2007) และ Harms (2009) ได้กล่าวไว้อีกว่า ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น คุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักพบว่า มีความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้จากการศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายและตัวแปรปัจจัยด้านนวัตกรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลได้มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สังคม เศรษฐกิจ และปัจจัยแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้ปัจจัยด้านเครือข่ายและปัจจัยด้านนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดย Covin and Slevin (1991) ได้อธิบายชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรม โดยกล่าวว่า จำนวนความถี่และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์มีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี ในขณะที่การสร้างเครือข่ายก็มีความจำเป็นเช่นเดียวกัน เพราะการสร้างเครือข่ายจะเป็นการพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใด ๆ ที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกันเป็นวัฒนธรรมภายในกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารกับภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิม อาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้าจะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลานานมาก จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ ดังนั้น การสร้าง “เครือข่าย” จะสามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียน และประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน อีกทั้งยังช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน มีการให้ความร่วมมือ และมีการทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ซึ่งเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่โลกภายนอกให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ (งานส่งเสริมเครือข่าย, ออนไลน์ สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562) และจากแนวคิดของ Dess et al. (2012) พบว่า การที่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะสามารถป้องกันตนเองให้พ้นจากการล้มเหลวทางธุรกิจและสามารถทำการแข่งขันได้ในการแข่งขันระดับโลก ผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีการใหม่ที่รักษาความคล่องตัวของธุรกิจขนาดเล็ก และต้องมีกลไกที่สร้างเครือข่ายที่เรียกว่า Commerce Networking ให้ธุรกิจ

ขนาดเล็กหลายๆ แห่ง โดยทำการรวมกำลังกันเพื่อให้มีจุดเด่นบางอย่าง ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ ธนกร แก้วมณี และจิรพล จิยะจันทน์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาบทบาทของนวัตกรรมต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน พบว่า เจตคติของผู้บริโภคคุณสมบัติของผู้ประกอบการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการออกแบบมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน และจากการศึกษาวิจัยของ สุวิทย์ อินเขียน (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตด้านกระบวนการภายในไปในทิศทางเดียวกัน

อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ยังพบอีกว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลได้มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวทั้งสองปัจจัยถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของผู้ประกอบธุรกิจ หากผู้ประกอบธุรกิจมีจิตวิทยาด้านบวกและมีลักษณะส่วนบุคคลที่ดีก็จะส่งผลให้การประกอบธุรกิจเป็นไปด้วยความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งจิตวิทยาถือเป็นการปลดล็อคทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาและคงไว้ซึ่งศักยภาพในการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน (Alexander et al., 2014) และจิตวิทยาที่เป็นด้านบวกยังถือได้ว่าเป็นสภาวะทางจิตใจของผู้ประกอบการที่แสดงถึงความเข้มแข็งและศักยภาพทางจิตใจ ถึงแม้ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานก็ตาม จิตวิทยาด้านบวกนี้จะช่วยสร้างเสริมพฤติกรรมทางบวก เพื่อให้มีความหวังมั่นใจว่าตนเองจะหาวิธีการในการแก้ปัญหาได้ ดังนั้นสภาวะทางจิตใจนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมของธุรกิจของผู้ประกอบการ (พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, 2555) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gillham and Reivich (2004) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณลักษณะของการมองโลกในแง่ดีในเด็กและผู้ใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมองโลกในแง่ดีจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย การเลี้ยงดูของพ่อแม่ (Parenting) สถานการณ์เลวร้าย (Negative Events) การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ (Cognitive Experience) โดยการมองโลกในแง่ดี ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในทุก ๆ ด้าน ทั้งเรื่องของความอยู่ดีมีสุข การจัดการกับปัญหาต่าง ๆ และผลการทำงาน

สำหรับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลนั้น ถือได้ว่าเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่แสดงออกถึงการเป็นผู้ที่มีความรู้ มีความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่มหรือดำเนินธุรกิจ ซึ่งการที่ปัจจัยดังกล่าวได้ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการ

ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น เนื่องจากธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และโดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักพบว่า มีความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ (Dess et al., 2012; Harms, 2009) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา (2556) ที่ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การทำงานเชิงรุก การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ส่วนลักษณะของสถานประกอบการ คือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์ทางการตลาด และนวัตกรรมองค์กร เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย และสอดคล้องกับงานวิจัย วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และคณะ (2558) ที่ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย

1) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ควรมุ่งเน้นต่อการให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่าย โดยมุ่งเน้นวัตถุประสงค์จาก

การสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ เพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ เพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด เพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม เพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ เพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ เพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร เพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจ เพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ เพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ เพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย เพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ เพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ เพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน และเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด

2) ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยแวดล้อมด้านต่าง ๆ ผู้ประกอบผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ควรมุ่งเน้นต่อการให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เพื่อการค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม ทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือ

ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ใช้เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจ สร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ ช่วยในการลดต้นทุน และลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือบริการในธุรกิจซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น เพื่อค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ เกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) นักวิชาการ นักวิจัย ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือผู้สนใจ ควรนำตัวแปรต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับรายละเอียดของคุณลักษณะในปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว

2) นักวิชาการ นักวิจัย ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือผู้สนใจ ควรทำการศึกษาวิจัยจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ในการเปรียบเทียบหรือการพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้ดียิ่งขึ้น

3) นักวิชาการ นักวิจัย ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือผู้สนใจ ควรทำการศึกษาวิจัยจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ในเชิงการเปรียบเทียบว่ามีความเหมือนหรือมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

บรรณานุกรม

กนช รัตวานิช. (2556). *Innovation Culture. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ*. สืบค้นจาก http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=201309&section=4.

กมลกานต์ เทพธรานนท์. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการ ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

กฤศกร จิรภานุเมศ, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และพนิดา แช่มช้าง. (2554). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *วารสารวิทยาการจัดการ, 28*(1), 1 – 15.

กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.

เกรียงสุข เฟื่องฟู. (2554). *การรับรู้ความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี และความผูกพันในงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางและยารักษาโรคแห่งหนึ่ง* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

งานส่งเสริมเครือข่าย. (2562). *องค์ประกอบของเครือข่าย: การพัฒนาเครือข่ายสู่ความยั่งยืน*. สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน, 2562, จาก http://oppn.opp.go.th/research01.php.

ชัญญาภัค หล้าแหล่ง, เชษฐ์ ใจเพชร, และวิชชุดา เอื้ออารี. (2561). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 11*(2), 3447 – 3464.

ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์. (2561). *ปัญหาของ SME ไทย (1)*. สืบค้นจาก http://www.prosoftmyaccount.com/ArticleInfo.aspx?ArticleTypeID=2224&ArticleID=9618.

ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์, และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2557). ความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจธ, 37*(1).

บรรณานุกรม(ต่อ)

ดวงพร พุทธวงค์. (2561). ความสำเร็จของการพัฒนาระบบเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็กของผู้ประกอบธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 7*(ฉบับพิเศษ), 18 – 31.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*. กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

ธนกร แก้วมณี, และจิรพล จิยะจันทน์. (2561). บทบาทของนวัตกรรมต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 6*(2), 606 – 618.

ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, สุจินดา เจียมศรีพงษ์, และชาตรี ปรีดาอนันทสุข. (2557). องค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง,7*(1), 65-75.

นฏา วะสี, ชมพูนุท มนต์ชัยตระกูล, กฤษฎ์เลิศ สัมพันธรักษ์, มานิตา รัตนสัจธรรม, และพรชนก บำรุงเรือน. (2561). *มุมมองสินเชื่อธุรกิจไทยจากข้อมูลรายสัญญา ตอนที่ 1: เจาะลึกสินเชื่อธุรกิจ SME จากข้อมูลสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย*. สืบค้นจาก https://www.pier.or.th/wp-content/uploads/2018/07/aBRIDGEd_2018_012.pdf.

นารีรัตน์ เอี่ยมตั้งพาณิชย์. (2555). *ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันต่อองค์การ และความตั้งใจที่จะลาออกของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจกระทรวงการคลัง* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2557). การพัฒนาแรงงานความรู้สำหรับอุตสาหกรรมกล้วยไม้ไทย กรณีศึกษาจังหวัดภาคกลาง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* มหาวิทยาลัยบูรพา, *22*(40), 93-116.

ปฐมพร ทรงสุโรจน์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประหยัด จตุพรพิทักษ์กุล. (2538). *เครือข่ายการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบเกษตรกรรมทางเลือกของชุมชน* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs. (2552). *MGR Online*, สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน, 2562, จาก https://mgronline.com/smes/detail/9520000011977.

พรนภา เปี่ยมไชย, สุภาพร คูพิมาย, และสุภิญญา อนุกานนท์. (2558). *กลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2553). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2555). ทุนทางจิตวิทยา. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา, 25*(84), 34-39.

พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และวัชราภรณ์ ชัยวรรณ. (2558). *การสร้างดัชนีชี้วัดและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ในเขตพื้นที่เทเวศร์ กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.

พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2557). หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 6*(2), 136-145.

พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัธน์. (2556). *3 แนวทางสร้าง "องค์กรนวัตกรรม" ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน*. สืบค้นจาก http://www.cpthailand.com/%E%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%A.

พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัธน์. (2557). *B2B เคล็ดลับกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับ SMEs ไทย*. สืบค้นจาก http://www.cpall.co.th/Blog/Detail/Poonsawat/b-2-b.

เพ็ญพิชชา ศรทรง, วีระพงษ์ กิติวงค์, และวิทน์มนภัทร พุทธวโรตม์ผล. (2562). การก้าวเข้าสู่ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 14*(2), 1-19.

เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ. (2551). ความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, *1*(2), 45-51.

วรรณี ชลนภาสถิต. (2552). ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจเอสเอ็มอี: กรณีศึกษาธุรกิจขนมหวานจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารการจัดการสมัยใหม่, 7*(2), 53-68.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

วรวุฒิ มีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์, และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 8(2), 967-988.

วิภา บำเรอจิตร. (2542). *อัตราการตอบกลับขั้นต่ำของแบบสอบถามทางไปรษณีย์ซึ่งตอบด้วยความจริงใจที่ทำให้ตัวประมาณค่าไม่ลำเอียง*. สืบค้นจาก http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=264641

ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, จังหวัดเพชรบุรี.

สว่างพงษ์ แซ่จึง. (2559). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวในเขตจังหวัดชลบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2552). *คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติราชการ : แนวทางการกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย (กันยายน 2552)*. กรุงเทพฯ, สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). *"นิยาม SMEs"*. สืบค้นจาก https://www.smebank.co.th/about/definition.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *ตารางสถิติ*. สืบค้นจาก https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20200722140826.pdf.

สิริพร วงษ์โทน. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ความผูกพันต่อองค์การและผลการปฏิบัติงาน:กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ : กรณีศึกษาประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 29*(90), 75-93.

สุธีรา อะทะวงษา. (2556). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย* (Unpublished Doctoral dissertation). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

สุพาดา สิริกุตตา. (2556). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน. *วารสารวิทยาสารเกษตรศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์, 34*(3), 428-439.

สุวิทย์ อินเขียน. (2559). กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11*(3), 129-138.

อคิน รพีพัฒน์. (2547). *การศึกษาและวิเคราะห์ชุมชนในการวิจัยเชิงคุณภาพ: ในคู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการพัฒนา*. ขอนแก่น, คลังนานาวิทยา.

อรพิชชา ต้ายไธสง. (2556). *คุณลักษณะของผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 4* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.

อุบลวรรณา ภวกานันท์. (2555). *จิตวิทยาการรู้ คิด และปัญญา*. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Alexander, S. H., Reicher, S. D. & Platow, M. J. (2014). *The social psychological study of leadership*. The Oxford handbook of political leadership. (pp. 149-160) edited by R. A. W. Rhodes and Paul t Hart. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199653881.013.008.

Al-Tit, A., Omri, A., & Euchi, J. (2019). Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. *Administrative Sciences, MDPI, Open Access Journal, 9*(2), 1-12.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Bandura, A. (1994). *Self-efficacy*. New York: Wiley.

Bandura, A. (1997). *Personal efficacy in psychobiologic functioning*. Milan, Italy: Franco Angeli.

Bayarcelik, E. B., Tasel, F., & Apak, S. (2014). A Research on Determining Innovation Factors for SMEs. *Social and Behavioral Sciences*, *150*, 202-211.

Beamish, P.W., & Munro, H.J. (2011). *Distribution methods and export performance*. New York: Praeger.

Bollen, K.A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley and Sons.

Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1989). Assessing coping strategies: A theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 267-283.

Chowdhury, M. S., Alam, Z. & Arif, M. I. (2013). Success Factors of Entrepreneurs of Small and Medium Sized Enterprises: Evidence from Bangladesh. *Business and Economic Research*, *3*(2), 38-52.

Cooper, R.G. (2000). New product performance: What distinguishes the star products. *Australian Journal of Management, 25(1),* 17-45.

Covin, J., & Slevin, D. (1991). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal, 10*(January), 75-87.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.

Davison, G.C., & Wilson, G.T. (1993). Processes of fear-reduction in systematic desensitization: Cognitive and social reinforcement factors in humans. *Behavior Therapy, 4*, 1-2.

Dess, G. G., & Robinson, R. B., Jr. (2012). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit. *Strategic Management Journal, 5*(3), 265-273.

Dess, G.G., Lumpkin, G.T., & Eisner, A.B. (2007). *Strategic Management Text and Cases* (4th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.

Dess, G.G., Lumpkin, G.T., & Eisner, A.B. (2012). *Strategic Management Text and Cases* (4th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Diamantopoulos, A., & Siguaw, A.D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage Publications.

Entrialgo, M. (2002). The Impact of the Alignment of Strategy and Managerial Characteristic on Spanish SMEs". *Journal of Small Business Management, 40*(3), 260-270.

Farinda, A. G., Kamarulzaman, Y., Abdullah, A., & Ahmad, S. Z. (2009). Building business networking: A proposed framework for Malaysian SMEs. *International Review of Business Research Papers, 2*(5), 151-160.

Frese, M. (2000). How to plan as a small scale business owner: Psychological process characteristics of action strategies and success. *Journal of Small Business Management, 38*(2), 1–18.

Gillham, J. E., & Reivich, K. J. (2004). Prevention of depressive symptoms in schoolchildren: two-year follow-up. *Psychol Sci, 6*, 343–351.

Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision*, *56*(1), 219-232.

Hair, J. F., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (1995). *Multivariate data analysis* (6th ed). NJ: Prentice Hall.

Harms, R. (2009). A Multivariate Analysis of the Characteristics of Rapid Growth Firms, Their Leaders and Their Market. *Journal of Small Business and Entrepreneurship, 22*(4), 429-454.

Hatten, T. S. (2006). *Small Business management: Entrepreneurship and Beyond* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin.

Henneberg, S. S., Mouzas, S., & Naude', P. (2006). Network picture: Concepts and representations. *European Journal of Marketing, 40*(3/4), 409-429.

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods, 6*(1), 53-60.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (2007). The Balanced Scorecard–Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review, 83*(7), 172.

Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Strategy on Firm Performance: A Study Conducted on Manufacturing Firms in Turkey. *Social and Behavioral Sciences, 195*, 1338-1347.

Khasasin, R., Piriyakul R., & Khantanapha, N. (2016). Firm Performance and Entrepreneurial Competency, Competitive Scope and Firm Capability. *Kasem Bundit Journal, 17*(1), 1-21.

Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press.

Laffan, B. (1994). *From Policy Entrepreneur to Policy Manager*: The Challenge Facing the European Commission. *Journal of European Public Policy, 4*(3), 422-438.

Lampadarios, E. (2017). An insight into Entrepreneurial Success Factors for SMEs: The case of the UK Chemical Distribution Industry. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research, 5*(2), 1-20.

Lawal, F. A., Worlu, R. E., & Ayoade, O. E. (2016). Critical Success Factors for Sustainable Entrepreneurship in SMEs: Nigerian Perspective. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 7*(3), 338-346.

Lin, C.Y-Y., & Zhang, J. (2005). Changing structures of SME. networks: Lessons from the publishing industry in Taiwan. *Long Range Planning, 38*, 145-162.

Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., & Palich, L. E. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. NP: South-Western.

Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics, 33*(2), 143-160.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Luthans, F., Avey, J. B., & Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management, 48*(5), 677-693.

Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., & Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior, 27*(3), 387-393.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. & Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology, 60*, 541-572.

Machmud, S., & Sidharta, I. (2016), Entrepreneurial motivation and business performance of SMEs in the SUCI clothing center, Bandung, Indonesia. *DLSU Business and Economics Review, 25*(2), 63-78.

Machmud, S. (2017). The Effect of Motivational Entrepreneurship on Business Performance of SMEs Moderated by Process Innovation. *Archives of Business Research, 5*(8), 142-150.

Mahmud, M. (2017). The effect of innovation capability and new product development on marketing performance of batik SMEs. *Polish journal of management studies, 15*(2), 132-142.

Masten, A. S., & Powell, J. L. (2003). *A resilience framework for research, policy, and practice*. In S. S. Luthar (Ed.), Resilience and vulnerability: Adaptation in the context of childhood adversities (pp. 1–25). Cambridge University Press.

McClelland, D.C. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.

McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science, 29*(7), 770-791.

Muchinsky, P. M. (2003). *Psychology Applied to Work* (7th ed.). California: Wadsworth.

Nelson, D. L., & Quick, J. C. (1997). *Organization Behavior* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Newman, A. H., Ucbasaran, D. F., Zhu, F., & Hirst, G. (2014). *Psychological capital: A review and synthesis*. Retrieved from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/job.1916.

O'Donnell, C. J. (2004). Metafrontier frameworks for the study of firmlevel efficiencies and technology ratios. *Empirical Economics, 34*, 231–255.

Parveen, M., Maimani, K., & Javaid, S. (2017). An experimental study of Saudi entrepreneurs who owned small and medium enterprises in Saudi Arabia. *International Review of Management and Business Research*, *6*(1), 257-273.

Perez, M. P. & Sanchez, A. M. (2002). Teleworking and workplace flexibility: a study of impact on firm performance. *Personnel Review, 36*(1), 42-64.

Petkovic, S., Jager, C., & Sasic, B. (2016). Challenges of small and medium-sized companies at an early stage of development: Insights from Bosnia and Herzegovina. *Management: Journal of contemporary management issues, 21*(2), 45-76.

Prajogo, D. I. (2016). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *Int. J. Production Economics, 171*, 241-249.

Sefiani, Y. (2013). *Factors for Success in SMEs: A Perspective from Tangier*. PhD thesis, University of Gloucestershire.

Shamir, B., & Howell, J. M. (1999). Organizational and contextual influences on the emergence and effectiveness of charismatic leadership. *The Leadership Quarterly, 10*(2), 257–283.

Shengtao, Y. (2016). *Key Determinants for Thai SME'S Success: A Study of Thai Food Enterprises in Bangkok Metropolitan District* (Master's thesis). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2374.

Siriwan, U., Ramabut, C., Thitikalaya, N., & Pongwiritthon, R. (2013). The management of the small and medium enterprises to achievement competitive advantage in northern Thailand. *Conference of the International Journal of Arts & Sciences, 6*(1), 147-157.

Snyder, C. R. (2002). *Handbook of hope: Theory, measures, and applications*. San Diego, CA: Academic.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

บรรณานุกรม(ต่อ)

Snyder, C. R., & Lopez, S. J. (2005). *Handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.

Tucker, P. T. (2003). The impact of rest breaks upon accident risk, fatigue and performance: A review. *Work and Stress, 17*(2), 123-137.

Trang, T. K. (2015). Key Success Factors of SME Entrepreneurs: Empirical Study in Vietnam. *International Journal of Business and Management*, *11*(1), 136-143.

Yahya, A., Fatt, C., Othman, A., Rahman, I., & Moen, J. (2011). Management skills and entrepreneurial success of small and medium enterprises (SMEs) in the services sector. *African journal of business management*, *5*(26), 10410-10418.

Youssef, C. M. & Luthans, F. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management, 33*, 321-349.

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง

(Index of Item – Objective Congruence: IOC)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง

(Index of Item – Objective Congruence: IOC)

เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

วัตถุประสงค์

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านฐานทรัพยากร ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถามว่ามีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะทำการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง คือ

1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

-1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องกันถูกต้องเพียงใด

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

<u>ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป</u>

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาให้คะแนนลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ตำแหน่งของผู้ประกอบการ

☐ 1. เจ้าของ/ หุ้นส่วน ☐ 2. ผู้บริหาร

ผลประเมิน		
1	0	-1

2. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2.หญิง

ผลประเมิน		
1	0	-1

3. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี ☐ 2. 31 – 40 ปี

☐ 3. 41 – 50 ปี ☐ 4. 51 – 60 ปี

☐ 5. มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

ผลประเมิน		
1	0	-1

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 4. อาชีวศึกษา

☐ 5. ปริญญาตรี

☐ 6. ปริญญาโท

☐ 7. ปริญญาเอก

ผลประเมิน		
1	0	-1

5. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน …….. ปี

ผลประเมิน		
1	0	-1

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

6. การบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ

☐ 1. เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาด้วยตนเอง

☐ 2. เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาจากครอบครัว

ผลประเมิน		
1	0	-1

7. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ

☐ 1.ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน

☐ 2. มีประสบการณ์
และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็ก
หรือวัยรุ่น

ผลประเมิน		
1	0	-1

8. รูปแบบของสถานประกอบการ

☐ 1. เจ้าของคนเดียว

☐ 2. บริษัทจำกัด

☐ 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ 4. ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ผลประเมิน		
1	0	-1

9. สถานประกอบการได้ก่อตั้งมาแล้วกี่ปี ..... ปี

ผลประเมิน		
1	0	-1

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

10. ลักษณะของสถานประกอบการ

☐ 1. กิจการการผลิต

☐ 2. กิจการให้บริการ

☐ 3. กิจการค้าส่ง

☐ 4. กิจการค้าปลีก

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ผลประเมิน		
1	0	-1

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)					
1	ท่านได้เพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความสามารถของท่านเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต				
2	ท่านได้ใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้				
3	ท่านได้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี				
4	ท่านได้ใช้ความสามารถส่วนตัวของในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยากและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ				
5	ท่านมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
การมองโลกในแง่ดี (Optimism)					
1	ท่านได้นำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต				
2	ท่านยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต				
3	ในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ ท่านจะคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้า				
4	ในสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ท่านคิดว่า ตนเองมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก				
5	ท่านยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงานเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope)					
1	ท่านได้ตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ				
2	ท่านมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง				
3	ท่านได้เปลี่ยนแปลงวิธีการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อท่านได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้				
4	ท่านได้ตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่าย โดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ				
5	เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี ท่านคิดว่าเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของท่านยังคงประสบผลสำเร็จไปได้ด้วยความรู้ ความสามารถ และความตั้งใจจริงของท่าน				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience)					
1	ท่านสามารถบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ				
2	เมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ท่านจะไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมดังกล่าว				
3	ท่านได้ทำการศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์รุนแรง โดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษา				
4	เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานของท่าน ท่านมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจของท่าน				
5	ท่านจะไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
1	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน				
2	ท่านคิดว่าพื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วน				
	สำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ				
3	ท่านคิดว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ				
4	ท่านคิดว่าการใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ				
5	ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ลักษณะทางบุคลิกภาพ					
1	ท่านคิดว่าการทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ				
2	ท่านคิดว่า การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำ ๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ				
3	ท่านคิดว่าความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี				
4	ท่านคิดว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน				
5	ท่านคิดว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ทักษะของผู้ประกอบการ					
1	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว				
2	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน				
3	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา				
4	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ				
5	ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยด้านเครือข่าย	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความจำเป็น (Necessity)					
1	ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ				
2	ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ				
3	ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด				
4	ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ				
5	ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความไม่สมดุล (Asymmetry)					
1	ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม				
2	ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน				
3	ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ				
4	ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ				
5	ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity)					
1	ท่านต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย				
2	ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร				
3	ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจของท่าน				
4	ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ				
5	ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)					
1	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ				
2	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง				
3	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย				
4	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ				
5	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความมั่นคง (Stability)					
1	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ				
2	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ				
3	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน				
4	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ				
5	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ความชอบธรรม (Legitimacy)					
1	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น				
2	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย				
3	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ				
4	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน				
5	ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)					
1	ท่านคิดว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น				
2	ท่านคิดว่าการพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้				
3	ท่านมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม				
4	ท่านคิดว่าการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่				
5	ท่านยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
	หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้				
นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)					
1	ท่านคิดว่ากระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจของท่าน รองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
2	ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี				
3	ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์				
4	ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ				
5	ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุน และลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation)					
1	ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจของท่าน ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น				
2	ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ท่านค้นพบวิธีการทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ				
3	ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้ท่านเกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ				
4	ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้				
5	ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยความสำเร็จ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
กระบวนการภายใน (Internal Process)					
1	ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด				
2	ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด				
3	ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ				
4	ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/ การให้บริการ				
5	ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ข้อ	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
การเติบโตของกิจการ (Growth)					
1	ธุรกิจของท่านมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน				
2	ธุรกิจของท่านมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม				
3	ธุรกิจของท่านมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง				
4	ธุรกิจของท่านสามารถที่แข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
5	ธุรกิจของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน				

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

คำชี้แจง

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านฐานทรัพยากร ปัจจัยด้านเครือข่าย และปัจจัยด้านนวัตกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ท่านเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ใช่หรือไม่

☐ 1. ใช่ ☐ 2. ไม่ใช่ (จบการตอบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามนี้ โดยเลือกข้อมูลที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐

1. ตำแหน่งของผู้ประกอบการ

☐ 1. เจ้าของ/ หุ้นส่วน ☐ 2. ผู้บริหาร

2. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2.หญิง

3. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี ☐ 2. 31 – 40 ปี

☐ 3. 41 – 50 ปี ☐ 4. 51 – 60 ปี

☐ 5. มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 4. อาชีวศึกษา

☐ 5. ปริญญาตรี

☐ 6. ปริญญาโท

☐ 7. ปริญญาเอก

5. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน …….. ปี

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

6. การบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ

☐ 1. เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาด้วยตนเอง

☐ 2. เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาจากครอบครัว

7. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ

☐ 1.ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน

☐ 2. มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น

8. รูปแบบของสถานประกอบการ

☐ 1. เจ้าของคนเดียว

☐ 2. บริษัทจำกัด

☐ 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ 4. ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. สถานประกอบการได้ก่อตั้งมาแล้วกี่ปี ..... ปี

10. ลักษณะของสถานประกอบการ

☐ 1. กิจการการผลิต

☐ 2. กิจการให้บริการ

☐ 3. กิจการค้าส่ง

☐ 4. กิจการค้าปลีก

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)					
ท่านได้เพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความ สามารถของท่านเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต					
ท่านได้ใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
ท่านได้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนิน การภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี					
ท่านได้ใช้ความสามารถส่วนตัวของในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ					
ท่านมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
การมองโลกในแง่ดี (Optimism)					
ท่านได้นำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต					
ท่านยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต					
ในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ ท่านจะคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้า					
ในสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ท่านคิดว่าตนเองมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก					
ท่านยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope)					
ท่านได้ตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ					
ท่านมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
ท่านได้เปลี่ยนแปลงวิธีการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อท่านได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้					
ท่านได้ตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่าย โดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ					
เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี ท่านคิดว่าเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของท่านยังคงประสบผลสำเร็จไปได้ ด้วยความรู้ ความสามารถ และความตั้งใจจริงของท่าน					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience)					
ท่านสามารถบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ					
เมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ท่านจะไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมดังกล่าว					
ท่านได้ทำการศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์ที่รุน โดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษาและฝึกฝนจิตใจ					
เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานของท่าน ท่านมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจของท่าน					
ท่านจะไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน					
ท่านคิดว่าพื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ					
ท่านคิดว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					
ท่านคิดว่าการใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					
ท่านคิดว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ท่านคิดว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					
ท่านคิดว่าการใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					
ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ลักษณะทางบุคลิกภาพ					
ท่านคิดว่าการทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ					
ท่านคิดว่า การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำ ๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ					
ท่านคิดว่าความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี					
ท่านคิดว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน					
ท่านคิดว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ทักษะของผู้ประกอบการ					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ					
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความจำเป็น (Necessity)					
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ					
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ					
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด					
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ					
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความไม่สมดุล (Asymmetry)					
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม					
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน					
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ					
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ					
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity)					
ท่านต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย					
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร					
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจของท่าน					
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ					
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความมั่นคง (Stability)					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านเครือข่าย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความชอบธรรม (Legitimacy)					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน					
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)					
ท่านคิดว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น					
ท่านคิดว่าการพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้					
ท่านมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม					
ท่านคิดว่าการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่					
ท่านยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลก					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้					
นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)					
ท่านคิดว่ากระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจของท่าน รองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี					
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์					
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ					
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุนและลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation)					
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือบริการในธุรกิจของท่าน ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น					
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ท่านค้นพบวิธีการทางการ ตลาดในรูปแบบใหม่ๆ					
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้ท่านเกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ					
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบ ปฏิบัติ การ เพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย \ (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
กระบวนการภายใน (Internal Process)					
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด					
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด					

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ					
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/ การให้บริการ					
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน					
การเติบโตของกิจการ (Growth)					
ธุรกิจของท่านมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน					
ธุรกิจของท่านมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม					
ธุรกิจของท่านมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง					
ธุรกิจของท่านสามารถที่แข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ธุรกิจของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน					

***** ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามนี้ *****

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง

(Index of Item – Objective Congruence: IOC)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

การพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)							
ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย							
คำถาม/คำตอบ	**ผู้เชี่ยวชาญคนที่**					**รวม**	**ค่า IOC**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**		
แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป							
1. ตำแหน่งของผู้ประกอบการ	1	0	0	0	0	1	0.20
- เจ้าของ/ หุ้นส่วน							
- ผู้บริหาร							
2. เพศ	1	1	1	1	1	5	1.00
- ชาย							
- หญิง							
3. อายุ	1	1	0	1	0	3	0.60
- ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี							
- 31 – 40 ปี							
- 41 – 50 ปี							
- 51 – 60 ปี							
- มากกว่า 60 ปีขึ้นไป							
4. ระดับการศึกษา	1	1	0	1	0	3	0.60
- ประถมศึกษา							
- มัธยมศึกษาตอนต้น							
- มัธยมศึกษาตอนปลาย							
- อาชีวศึกษา							
- ปริญญาตรี							
- ปริญญาโท							
- ปริญญาเอก							
5. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	1	1	0	0	-1	1	0.20
6. การบุกเบิก/ การสืบทอดกิจการ	1	1	1	1	0	4	0.80
- เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาด้วยตนเอง							
- เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาจากครอบครัว							
7. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ	1	1	1	1	0	4	0.80

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

- ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน							
- มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็กหรือวัยรุ่น							
8. รูปแบบของสถานประกอบการ	1	1	1	1	1	5	1.00
- เจ้าของคนเดียว							
- บริษัทจำกัด							
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด							
- ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล							
- อื่นๆ (โปรดระบุ)							
9. สถานประกอบการได้ก่อตั้งมาแล้วกี่ปี	1	1	1	0	1	4	0.80
10. ลักษณะของสถานประกอบการ	1	1	1	1	1	5	1.00
- กิจการการผลิต							
- กิจการให้บริการ							
- กิจการค้าส่ง							
- กิจการค้าปลีก							
- อื่นๆ (โปรดระบุ)							
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย							
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)							
ท่านได้เพิ่มความพยายามในการสร้างความแปลกใหม่ที่ท้าทายความสามารถของท่านเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านได้ใช้ความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจจนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านได้ความสามารถด้านการบริหารเพื่อการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านได้ใช้ความสามารถส่วนตัวของท่านในการแก้ไขปัญหา ความยุ่งยาก และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารงานภายในธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะทำให้ธุรกิจมีความอยู่รอดภายใต้การเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ	1	1	1	1	1	5	1.00
การมองโลกในแง่ดี (Optimism)							
ท่านได้นำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งต่อไปในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านยินดีที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้เสนอแนะและให้ความคิดเห็นในการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างความเจริญเติบโต	1	1	1	1	1	5	1.00
ในทุกวันของการดำเนินธุรกิจ ท่านจะคิดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันและในวันข้างหน้า	1	1	1	0	1	4	0.80
ในสภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ท่านคิดว่า ตนเองมีสภาวะทางจิตใจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพทางจิตใจในระดับดีมาก	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านยินดีที่จะให้อภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน พร้อมที่จะอบรมสั่งสอนผู้ปฏิบัติงานให้เกิดข้อดีที่ดีจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น	1	1	1	1	1	5	1.00
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (Hope)							
ท่านได้ตั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	0	0	3	0.60
ท่านได้เปลี่ยนแปลงวิธีการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าเดิม เมื่อท่านได้พิจารณาแล้วว่าวิธีการเดิมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านได้ตั้งเป้าหมายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่าย โดยทุกเป้าหมายมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี ท่านคิดว่าเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของท่านยังคงประสบผลสำเร็จไป	1	1	1	1	0	4	0.80

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ได้ ด้วยความรู้ ความสามารถ และความตั้งใจจริงของท่าน							
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resilience)							
ท่านสามารถบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
เมื่อพนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ท่านจะไม่ใช้อารมณ์ในการตัดสินหรือประเมินพฤติกรรมดังกล่าว	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านได้ทำการศึกษาสภาวะจิตใจและพฤติกรรมของตนเอง ไม่ให้เกิดสภาวะทางด้านอารมณ์ที่รุนแรงโดยอาศัยธรรมะเข้ามาช่วยในการศึกษาและฝึกฝนจิตใจ	1	1	1	1	0	4	0.80
เมื่อเกิดข้อพิพาท หรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานของท่าน ท่านมีความสามารถที่จะใช้ทักษะและความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการยุติข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความสงบในธุรกิจของท่าน	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านจะไม่แสดงอารมณ์ที่รุนแรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อไปในระยะยาว	1	1	1	1	1	5	1.00
ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย							
ลักษณะทางประชากรศาสตร์							
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านคิดว่าพื้นฐานและการสนับสนุนของครอบครัวมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rambhai Barni Rajabhat University

ท่านคิดว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการเงินส่วนบุคคลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ	1	1	1	1	1	5	1.00
ลักษณะทางบุคลิกภาพ							
ท่านคิดว่าการทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ	0	1	1	1	0	3	0.60
ท่านคิดว่า การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่กระทำในสิ่งซ้ำๆ แบบดั้งเดิม มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านคิดว่าความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี	0	1	1	1	0	3	0.60
ท่านคิดว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการบริหารงาน มีลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านคิดว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง รวมทั้งมีความทะเยอทะยาน	1	1	1	1	0	4	0.80
ทักษะของผู้ประกอบการ							
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก และไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว	1	1	1	1	-1	3	0.60
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สติปัญญาและความสามารถในการประกอบธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย							
ความจำเป็น (Necessity)							
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างพันธมิตรธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ		1	1	1	0	3	0.60
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดคู่แข่งขันในตลาด	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเรียนรู้ในการบริหารกระบวนการภายในธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการรวมกลุ่มกันเพื่อนำเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	1	1	1	1	1	5	1.00
ความไม่สมดุล (Asymmetry)							
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการต่อรองอำนาจทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน	1	1	1	1	0	4	0.80

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อการขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดขั้นตอนหรือกระบวนการบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการภายในการปฏิบัติงานของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
การพึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity)							
ท่านต้องการที่จะประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจอื่น ให้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจของท่าน	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างอำนาจต่อรองให้แก่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบหรือในยามที่ประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ	1	1	1	1	1	5	1.00
ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)							
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในการบริหารกระบวนการภายในของธุรกิจ	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ภาครัฐได้เห็นความสำคัญและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ธุรกิจเกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันสร้างผลงานไปสู่ผู้บริโภคและสมาชิกในเครือข่าย	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีผู้นำเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีความเป็นผู้นำที่ดีมาก ในการประสานความร่วมมือต่าง ๆ	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการปรึกษาหารือและการวางแผนต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ	1	1	1	1	0	4	0.80
ความมั่นคง (Stability)							
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการทำวิจัยร่วมกันในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้สร้างตราสินค้าร่วมกันระหว่างธุรกิจของท่านกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน	1	1	1	1	0	4	0.80
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อการเป็นผู้ร่วมผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งการขยายตลาดในประเทศและการขยายตลาดในต่างประเทศ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรจากการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1	1	5	1.00
ความชอบธรรม (Legitimacy)							
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มธุรกิจอื่น	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ดีและได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขันทางการตลาด โดยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านต้องการสร้างเครือข่ายเพื่อต้องการให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถดำเนินไปถึงเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงสภาวะการแข่งขันทางการตลาด	1	1	1	1	0	4	0.80

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย							
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)							
ท่านคิดว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยทำให้ธุรกิจของท่านมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ สามารถที่จะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมของธุรกิจได้	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากการเกิดนวัตกรรมที่แปลกใหม่	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านยินดีที่จะใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดแทนที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจได้	1	1	1	1	1	5	1.00
นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)							
ท่านคิดว่ากระบวนการปฏิบัติงานภายในธุรกิจของท่านรองรับการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ สามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเพิ่มผลประโยชน์หรือกำไรให้แก่ธุรกิจองค์กรยังได้รับประโยชน์	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการสร้างคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการต่าง ๆ ช่วยในการลดต้นทุน และลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วของการส่งมอบผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	1	5	1.00
นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation)							
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือบริการในธุรกิจของท่าน ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้ท่านค้นพบวิธีการทางการ ตลาดในรูปแบบใหม่ๆ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์ทำให้ท่านเกิดการคิดค้นวิธีการทำโฆษณาที่นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ โดยรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1.00
ท่านคิดว่าการใช้นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้	-1	1	1	1	1	3	0.60
ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านควรได้รับการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนระบบปฏิบัติการเพื่อการตรวจสอบและการจัดทำรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ	1	1	1	1	1	5	1.00
ส่วนที่ 6 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ							
กระบวนการภายใน (Internal Process)							
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด	1	1	1	1	1	5	1.00

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจให้มีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด	-1	1	1	1	1	3	0.60
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการควบคุมรายจ่ายในการบริหารด้านต่างๆ ของธุรกิจ	0	1	1	1	1	4	0.80
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดต้นทุนการผลิต/ การให้บริการ	0	1	1	1	1	4	0.80
ท่านคิดว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากการลดปริมาณงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน	0	1	1	1	1	4	0.80
การเติบโตของกิจการ (Growth)							
ธุรกิจของท่านมีผลประกอบการจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน	0	1	1	0	1	3	0.60
ธุรกิจของท่านมีกระแสเงินที่นำมาใช้หมุนเวียนในการบริหารธุรกิจอย่างเพียงพอและเหมาะสม	1	1	1	1	0	4	0.80
ธุรกิจของท่านมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1	1	5	1.00
ธุรกิจของท่านสามารถที่แข่งขันกับคู่แข่งขันภายในธุรกิจเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1	1	5	1.00
ธุรกิจของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่อยู่ในระดับมากกว่าคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน	1	1	1	1	1	5	1.00
						รวม	89.80
						ค่าเฉลี่ย	0.90

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ภาคผนวก ง
ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	71.30	40.838	.327	.760
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	70.83	41.868	.252	.767
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	72.13	39.292	.337	.763
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	72.03	37.895	.473	.747
ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง	70.87	42.257	.306	.761
การมองโลกในแง่ดี	71.57	43.771	.294	.762
การมองโลกในแง่ดี	71.40	44.662	.203	.766
การมองโลกในแง่ดี	71.40	43.283	.497	.755
การมองโลกในแง่ดี	71.37	43.757	.438	.758
การมองโลกในแง่ดี	71.30	43.872	.320	.761
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	71.53	43.706	.217	.766
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	71.50	42.948	.424	.756
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	71.47	43.844	.360	.760
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	71.40	44.110	.348	.761
ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย	71.23	41.495	.484	.750
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	71.43	39.909	.512	.745
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	71.43	41.013	.383	.755
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	71.37	42.171	.331	.759
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	71.43	42.737	.246	.765
ความยืดหยุ่นทางอารมณ์	71.17	42.144	.299	.761

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	53.97	26.654	.256	.734
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	54.07	26.616	.248	.735
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	53.93	27.926	.163	.740
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	53.83	27.040	.304	.729
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	54.40	24.662	.335	.729
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	54.23	24.875	.512	.708
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	54.17	24.971	.526	.707
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	54.17	25.592	.401	.719
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	54.10	25.886	.423	.718
ลักษณะทางบุคลิกภาพ	54.03	27.137	.304	.729
ทักษะของผู้ประกอบการ	54.63	26.033	.296	.730
ทักษะของผู้ประกอบการ	54.40	25.421	.401	.719
ทักษะของผู้ประกอบการ	54.20	26.028	.249	.737
ทักษะของผู้ประกอบการ	54.13	25.361	.446	.715
ทักษะของผู้ประกอบการ	54.20	26.372	.315	.728

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	30

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ความจำเป็น	110.60	94.041	.375	.764
ความจำเป็น	110.40	90.800	.533	.756
ความจำเป็น	110.53	92.051	.362	.764
ความจำเป็น	110.83	100.144	-.054	.791
ความจำเป็น	111.27	90.961	.257	.773
ความไม่สมดุล	110.97	98.378	.063	.778
ความไม่สมดุล	111.07	93.995	.362	.765
ความไม่สมดุล	110.87	87.706	.559	.751
ความไม่สมดุล	110.83	92.902	.480	.760
ความไม่สมดุล	110.80	100.097	-.018	.780
การพึ่งพาอาศัยกัน	111.10	94.369	.282	.768
การพึ่งพาอาศัยกัน	110.83	98.764	.055	.778
การพึ่งพาอาศัยกัน	110.83	97.109	.135	.775
การพึ่งพาอาศัยกัน	111.03	96.309	.176	.773
การพึ่งพาอาศัยกัน	110.90	102.300	-.154	.787
ความมีประสิทธิภาพ	111.13	91.016	.474	.758
ความมีประสิทธิภาพ	111.03	93.413	.358	.764
ความมีประสิทธิภาพ	111.10	90.783	.398	.761
ความมีประสิทธิภาพ	110.97	92.240	.491	.759
ความมีประสิทธิภาพ	110.63	95.482	.340	.766
ความมั่นคง	111.20	90.579	.500	.757
ความมั่นคง	111.07	95.030	.276	.768
ความมั่นคง	111.10	89.955	.455	.758
ความมั่นคง	110.93	92.616	.444	.761
ความมั่นคง	110.73	97.995	.138	.774
ความชอบธรรม	110.67	100.713	-.063	.784
ความชอบธรรม	110.87	93.775	.320	.766
ความชอบธรรม	110.10	97.266	.179	.772
ความชอบธรรม	110.53	93.982	.448	.762
ความชอบธรรม	110.40	90.800	.533	.756

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	51.33	24.575	.485	.548
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	51.23	25.082	.532	.547
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	51.37	25.413	.377	.568
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	51.20	25.200	.552	.547
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	50.67	27.264	.410	.576
นวัตกรรมกระบวนการ	51.20	26.855	.243	.593
นวัตกรรมกระบวนการ	51.27	28.271	.153	.607
นวัตกรรมกระบวนการ	51.13	27.085	.196	.602
นวัตกรรมกระบวนการ	50.97	25.689	.458	.559
นวัตกรรมกระบวนการ	50.80	29.959	-.012	.626
นวัตกรรมกลยุทธ์	51.20	26.993	.244	.593
นวัตกรรมกลยุทธ์	51.17	30.006	-.046	.639
นวัตกรรมกลยุทธ์	50.97	27.551	.141	.613
นวัตกรรมกลยุทธ์	51.00	27.586	.157	.609
นวัตกรรมกลยุทธ์	50.77	30.875	-.129	.651

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 6
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
กระบวนการภายใน	35.33	24.782	.467	.665
กระบวนการภายใน	35.07	27.168	.238	.703
กระบวนการภายใน	35.27	25.168	.394	.677
กระบวนการภายใน	34.30	28.148	.295	.695
กระบวนการภายใน	34.73	25.582	.636	.655
การเติบโตของกิจการ	34.57	24.116	.700	.636
การเติบโตของกิจการ	34.77	24.047	.535	.653
การเติบโตของกิจการ	35.03	25.137	.309	.696
การเติบโตของกิจการ	35.50	24.672	.261	.714
การเติบโตของกิจการ	35.83	27.868	.122	.726

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	สุวิมล มธุรส
วัน เดือน ปีเกิด	5 มีนาคม 2510
สถานที่เกิด	จังหวัดพิษณุโลก ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
	ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต. 2540
	มหาวิทยาลัยรังสิต
	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. 2556
ที่อยู่ปัจจุบัน	227 หมู่ 6 ซอยบรมราชชนนี 72 ถนนบรมราชชนนี
	แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ
สถานที่ทำงาน	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University