



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
ปริญญา

จิตวิทยาอุตสาหกรรม สาขา	จิตวิทยา ภาควิชา
-------------------------------------	------------------------------

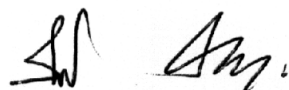
เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

The Relationships among Leadership, Intrinsic Motivation, Characteristics of
Entrepreneurs and Business Success of Small and Medium Enterprises

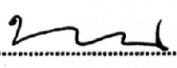
นามผู้วิจัย นางสาวกมลกานต์ เทพรานนท์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

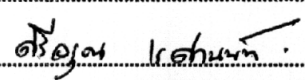
ประธานกรรมการ

()
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกรณ์ จงวิศาล, วท.ด.)

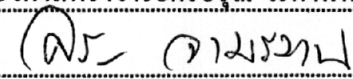
กรรมการ

()
(อาจารย์ทรงสนะ ใจชุ่มชื่น, วท.ม.)

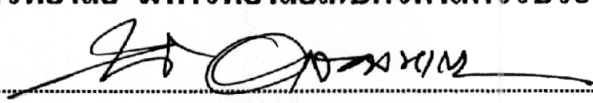
กรรมการ

()
(รองศาสตราจารย์ศรีอรุณ เรศานนท์, บธ.ม.)

หัวหน้าภาควิชา

()
(อาจารย์ศิริินภา จามรมาน, กศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

()
(รองศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 18 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2548

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**The Relationships among Leadership, Intrinsic Motivation, Characteristics of Entrepreneurs
and Business Success of Small and Medium Enterprises**

โดย

นางสาวกมลกานต์ เทพธรานนท์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)

พ.ศ. 2548

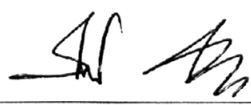
ISBN 974-9846-90-7

กมลกานต์ เทพรานนท์ 2548: ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิชาจิตวิทยา ปรชานกรรมการที่ปรึกษา:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกรณ จงวิศาล, วท.ค. 136 หน้า
ISBN 974-9846-90-7

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ
ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับ
ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงศึกษาตัวแปรที่
ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่ม
ตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยทั่วประเทศ จำนวน 409 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
ทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ
ความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ใน
ระดับสูง 2) ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์
ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .50 .47 และ .54 ตามลำดับ 3) ตัวแปรภาวะผู้นำ แรงจูงใจ
ภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการ
ประกอบการได้ร้อยละ 32.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กมลกานต์ เทพรานนท์
ลายมือชื่อนิติ


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

9 / 11 / 48

Kamonkan Theptaranonth 2005: The Relationships among Leadership, Intrinsic Motivation, Characteristics of Entrepreneurs and Business Success of Small and Medium Enterprises. Master of Science (Industrial Psychology), Major Field: Industrial Psychology, Department of Psychology. Thesis Advisor: Assistant Professor Rattigorn Chongvisal, Ph.D. 136 pages.
ISBN 974-9846-90-7

The objective of this research were to study level of leadership, intrinsic motivation, characteristics of entrepreneurs and business success of Small and Medium Enterprises, the relationships among leadership, intrinsic motivation, characteristics of entrepreneurs and business success including the predictive variables of Small and Medium Enterprises. Samples were 409 Small and Medium Enterprise entrepreneurs in Thailand. The research measurements used in collecting data were questionnaires of leadership, intrinsic motivation, characteristics of entrepreneurs and business success. The data was analyzed by statistical package for social science computer programs. Statistical parameters used in the research were percentage, mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The results of the research had showed the following: 1) level of leadership, intrinsic motivation, characteristics of entrepreneurs and business success of Small and Medium Enterprise entrepreneurs were at high level. 2) leadership, intrinsic motivation and characteristics of entrepreneurs had significant positive relationship with business success at .01 level ($r = .50, .47$ and $.54$ respectively). 3) multiple regression indicated that leadership, intrinsic motivation and characteristics of entrepreneurs of Small and Medium Enterprise entrepreneurs could significantly predict 32.00% of success in business at the .05 level

Kamonkan Theptaranonth
Student's signature

Rattigorn Chongvisal
Thesis Advisor's signature

9 / 11 / 48

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาที่ผู้วิจัยได้รับจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตติกรณ์ จงวิศาล ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ทรงสนะ ใจชุ่มชื่น กรรมการวิชาเอก รองศาสตราจารย์ศรีอรุณ เรศานนท์ กรรมการวิชาการ และรองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา นันทะไชย ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอขอบคุณนางสาวอริญญา หุมพร นางสาวลลิตรา ผิวงาม และนางสาวปฐมกานต์ อินทพันธุ์ ที่ช่วยเหลือกันในการเตรียมการและร่วมมือกันจนสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้จนเสร็จสมบูรณ์ในระยะเวลาอันสั้น ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามซึ่งเยอะมากด้วยความตั้งใจเป็นอย่างดี และต้องขอขอบคุณนางสาวสิริพร วงษ์โทน ที่ช่วยดูแลอาจารย์และรับผิดชอบงานชิ้นใหญ่แทนพวกเรา

ขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษาจนสำเร็จการศึกษา ขอขอบใจเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโทสาขาจิตวิทยา อุตสาหกรรม ภาควิชา รุ่งที่ 17 ที่ให้การสนับสนุน และคอยเป็นกำลังใจให้กันและกันเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย เพื่อนๆ และพี่ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้จนกระทั่งผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษา อีกทั้งยังคอยให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจ มุ่งมั่นที่จะทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วง เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีคุณค่า สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

กมลกานต์ เทพรานนท์

พฤศจิกายน 2548

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	12
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	12
ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ	17
ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	29
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	46
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการ	55
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	66
กรอบแนวคิดในการวิจัย	72
สมมติฐานในการวิจัย	73
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	74
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	74
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	75
การทดสอบเครื่องมือ	81
การเก็บรวบรวมข้อมูล	82
การวิเคราะห์ข้อมูล	82
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	84
ผลการวิจัย	84
ข้อวิจารณ์	95
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	106
สรุปผลการวิจัย	108
ข้อเสนอแนะ	111
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	114
ภาคผนวก	120
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	121
ภาคผนวก ข การทดสอบเครื่องมือ	129
ภาคผนวก ค ตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่าง	134
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	136

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทกิจการ	85
2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบ การของ SMEs	88
3	ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการประกอบการ	91
4	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในกับความสำเร็จในการประกอบการ	92
5	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการ	93
6	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธี Stepwise ของตัวแปรพยากรณ์ที่ร่วมกันทำนาย ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	94
ตารางผนวกที่		
1	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามภาวะผู้นำ	130
2	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามแรงจูงใจภายใน	131

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่	หน้า
3 คำอธิบายจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่า ความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	132
4 คำอธิบายจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่า ความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามความสำเร็จในการประกอบการ	133
5 ตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 คิดขนาดของความคลาดเคลื่อน (e) เป็นร้อยละ	135

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) ได้ถูกกล่าวขานในมุมมองของการแก้ปัญหาและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะในระดับฐานรากที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างเศรษฐกิจและสังคม โดยรัฐบาลและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมุ่งให้ความสำคัญมาที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีปริมาณถึงร้อยละ 95 ของกิจการทั้งหมดภายในประเทศ จึงถูกกำหนดให้เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยรัฐบาลได้จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการขึ้นเมื่อวันที่ 8 - 9 มิถุนายน พ.ศ. 2544 เพื่อทำการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมทั้งนักวิชาการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วม ทั้งนี้เพื่อให้มีความเป็นเอกภาพและเกิดการบูรณาการโดยกำหนดยุทธศาสตร์หลัก คือ การดำเนินการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้กลายเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป โดยจัดให้มีมาตรการสนับสนุนทางการเงิน ด้านภาษีและกฎระเบียบ ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านเทคโนโลยี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546: 211-212)

ภายใต้แผนยุทธศาสตร์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว จึงได้มีหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ได้ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจเพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการเงิน การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา แนะนำ การให้บริการข้อมูล รวมถึงเชื่อมโยงธุรกิจให้เกิดพันธมิตรทางการค้า และการร่วมมือกันเพื่อเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ทางธุรกิจ โดยให้ความสำคัญอย่างมากมาที่การเร่งพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ โดยมุ่งยกระดับผู้ประกอบการเดิมและบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้มีความพร้อมด้วย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546: 220)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น หมายถึงบุคคลผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะต้องทำหน้าที่เป็น “เจ้าของกิจการ” แล้ว ยังต้องทำหน้าที่บริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเหมือนดังหน้าที่ของ “ผู้จัดการ” ในบริษัทขนาดใหญ่อีกด้วย ผู้ประกอบการมีหน้าที่กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กำหนดแนวทางการปฏิบัติ และจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ บทบาทของผู้ประกอบการเองนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจ สามารถที่จะทำให้ธุรกิจนั้นอยู่รอดปลอดภัย เจริญก้าวหน้า หรือ แม้กระทั่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จความล้มเหลวก็ได้ มีองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการที่ถูกกล่าวถึงว่าส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านความรู้และทักษะของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ ความสามารถในการบริหาร การเป็นผู้นำและจูงใจผู้อื่น การคิดอย่างสร้างสรรค์และสามารถทำให้เกิดเป็นรูปธรรม การวินิจฉัย ตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและแสวงหาโอกาสสู่ธุรกิจ การติดต่อสื่อสาร ความสามารถในการบริหารเวลา การจัดเรียงลำดับงาน และมอบหมายงานอย่างเหมาะสม รวมถึงคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ ภูมิหลังและประสบการณ์ของผู้ประกอบการ เป็นต้น (อำนาจ, 2546)

ภาวะผู้นำ เป็นสิ่งที่ยอมรับกันมานานแล้วว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหาร ซึ่งจะช่วยยกระดับประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากภาวะผู้นำเป็นเรื่องของความสามารถในการนำหรือจูงใจใ้มน้ำวบุคคลและกลุ่มให้มารวมพลังกันทำงานให้บรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ องค์การจะสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำของผู้นำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะผู้นำที่ดีจะพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชาได้ดี และทั้งสองฝ่ายก็จะช่วยกันสร้างผลผลิต สินค้า หรือบริการที่ต้องการได้ (สร้อยตระกูล, 2545) ภาวะผู้นำนี้ไม่ใช่เรื่องของพรสวรรค์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิด บุคคลสามารถเรียนรู้และพัฒนาขึ้นได้ด้วยตัวเอง ถ้าผู้ประกอบการรายใดพัฒนาภาวะผู้นำของตนอย่างจริงจังแล้ว องค์การก็จะเกิดความแข็งแกร่ง และมีความได้เปรียบแข่งขันมากขึ้น แต่ในทางกลับกันหากผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาภาวะผู้นำของตนเองได้ ก็จะไม่สามารถทำหน้าที่ของการเป็นผู้นำ และจูงใจคนในองค์การให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ เกิดความทุ่มเทที่จะปฏิบัติงานต่างๆ อย่างเต็มที่ และมีคุณภาพ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จขององค์การได้ (นิตย, 2546)

นอกจากนั้น แรงจูงใจของผู้ประกอบการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณา เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์นั้นไม่เหมือนกับทรัพยากรทางการบริหารอื่นๆ เพราะมนุษย์สามารถได้รับการจูงใจใ้มน้ำวให้ผลิตหรือทำงานมากขึ้นกว่าเดิมได้ (สร้อยตระกูล, 2545) แรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมในการกระทำกิจกรรมต่างๆ อย่างมีพลัง มีคุณค่า มีทิศทาง

ที่ชัดเจน มีกำลังใจ มีความตั้งใจ และเต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ไม่ว่าจะต้องเผชิญกับอุปสรรคใดๆ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) แรงงูใจที่ได้รับการกล่าวถึงมาก คือ แรงงูใจภายใน เนื่องจากแรงงูใจภายในสามารถอธิบายพฤติกรรมบางอย่างที่บุคคลทำแม้จะไม่ได้รับรางวัลหรือแรงเสริมใดๆ ก็ตามได้ แรงงูใจภายในจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดความอยากรู้อยากเห็น สนใจ อยากรเรียนรู้ และรับผิดชอบ (อรพินทร์ และคณะ, 2542) โดยเฉพาะในตัวผู้ประกอบการนั้น แรงงูใจภายในมีความจำเป็นอย่างมากต่อกระบวนการเพิ่มผลผลิตในองค์กร ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้า และความสำเร็จของบุคคลและธุรกิจนั่นเอง

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้นำในปัจจุบันจำนวนมากพบว่า มีลักษณะเด่นหลายอย่าง ที่มักจะมียู่ในตัวบุคคลที่ได้รับการระบุว่าเป็นผู้นำ (นิตย, 2546: 34) ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน สามารถทำให้ผู้ประกอบการคนหนึ่งประสบความสำเร็จ ในขณะที่อีกคนหนึ่งที่ไม่มียุคุณลักษณะนั้นๆ ต้องประสบกับความล้มเหลว หรือประสบความสำเร็จน้อยกว่า ตัวอย่างเช่น การศึกษาวิจัยของ Pickle (1964 อ้างถึงใน ราชรินทร์ และคณะ, 2546: 4) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมียู่ 5 คุณลักษณะ คือ มีความพยายามที่จะบรรลุผลสำเร็จ มีความสามารถในการคิดเป็น มีมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และมีความรู้ในด้านเทคนิค หรือการศึกษาวิจัยของราชรินทร์ และคณะ (2546: 31-32) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ที่ประสบความสำเร็จ มีทั้งหมด 10 ปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวิฤภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อเรื่องโชค เป็นต้น

อีกทั้งนักวิจัยยังให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการมากขึ้นด้วย เพื่อที่จะนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในโลกรทางธุรกิจให้มากขึ้น โดยแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้นั้นมีปัจจัยหลัก 2 ประเด็นสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของธุรกิจ ได้แก่ ประเด็นแรก คือ สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร อันหมายถึง ส่วนโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย คู่แข่งขัน ผู้จัดหา (Suppliers) ธนาคารหรือสถาบันการเงิน ภาครัฐ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน สภาพของเศรษฐกิจถดถอย ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ การจัดหาเงินทุน การว่างงาน และส่วนลูกค้า ประกอบด้วย การแบ่งส่วนตลาด รูปแบบในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ประชากร ภูมิศาสตร์ และพฤติกรรมผู้บริโภค ประเด็นที่สอง

คือ สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร อันหมายถึง ส่วนของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย ประสบการณ์ในอดีตและภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจสังคม ความรู้ความชำนาญ บุคลิกภาพ ส่วนตัว การคาดหวัง และส่วนของคุณลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ บุคลากร เทคโนโลยี พื้นฐานทางการเงิน กลยุทธ์และแผนธุรกิจ การบริหารจัดการ และทรัพยากรใน องค์กร (รัชจรินทร์ และคณะ, 2546)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันจะประกอบไปด้วยปัจจัยด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยศึกษาครอบคลุมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในทุกภูมิภาค ทั่วประเทศไทย ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดแนวทางและวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลระดับภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้อ้างอิงในการวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

2. ได้ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาปัจจัยด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของตนเอง ที่เอื้อต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก็สามารที่จะนำผลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางพื้นฐานในการกำหนดหลักสูตรสำหรับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยต่อไปได้

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกลุ่มประเภทกิจการทั้ง 3 ประเภท คือ ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก และภาคบริการ จากทุกภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 1,645,530 คน กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 409 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ

1.1 ภาวะผู้นำ ได้แก่ การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ

1.2 แรงจูงใจภายใน ได้แก่ ความต้องการสิ่งที่ทำนาย ความสนใจ-เพลิดเพลิน ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการมีความสามารถ และความมุ่งมั่น

1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ความขยันทุ่มเทให้กับ

ธุรกิจ การมีคุณภาพทางอารมณ์ การมีวิสัยทัศน์ ความประหยัด การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และการมีความเชื่อเรื่องโชค

2. ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการประกอบการ

นิยามศัพท์

ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เพื่อให้เข้าใจความหมายในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ตรงกัน ดังนี้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นผู้บริหารกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs หมายถึง กิจการธุรกิจ 3 ประเภทใหญ่ๆ ประกอบด้วย

ภาคอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจการผลิตที่นำเอาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่ ปรุงจรรเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางที่อยู่ช่องทางจำหน่าย เป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งให้ถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงในท้องถิ่น แบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

กิจการค้าส่ง หมายถึง กิจการที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางนำเอาสินค้ามาจำหน่ายในจำนวนมากแก่ผู้บริโภค หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

กิจการค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางนำเอาสินค้ามาจำหน่ายในจำนวนน้อยแก่ผู้บริโภค หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ภาคบริการ หมายถึง กิจการที่ใช้พนักงานเสนอบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ภาวะผู้นำ หมายถึง พฤติกรรม ความสามารถ หรือกระบวนการที่ผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาหรือพนักงานในองค์กร รวมถึงการจูงใจ การสนับสนุน และการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยแบ่งองค์ประกอบภาวะผู้นำออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

การส่งเสริมแรงบันดาลใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความรักองค์กร พัฒนาตนเอง และมีส่วนร่วมในการทำงาน อีกทั้งตัวผู้ประกอบการเองต้องทำหน้าที่เป็นผู้จุดประกายความคิดให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความสามารถหรือศักยภาพของตนเอง สร้างแรงบันดาลใจให้ทีมงาน และให้ความสำคัญกับคนมากที่สุดเหนือสิ่งอื่นใด

การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่แสดงออกซึ่งการรักษาน้ำใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา พยายามทำให้ผู้อื่นมีความสุข ออมชอมประโยชน์แก่ทุกฝ่าย มีความเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารี สร้างความสนิทสนมเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา และให้อภัยแก่ความผิดพลาดของผู้อื่น

การมีศีลธรรมในการประกอบการ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีความพิถีพิถันกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รักษาคำพูด ยึดมั่นในศีลธรรม มีการดำเนินการอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ และมีความซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น

ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่แสดงออกซึ่งการมีวิสัยทัศน์ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มองการณ์ไกล และมีความคิดเชิงกลยุทธ์

การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ยึดหลักธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจ ปฏิบัติงานจริยธรรมให้กับผู้ได้บังคับบัญชา สร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีที่ดี และดำเนินธุรกิจโดยมุ่งคืนประโยชน์ให้กับสังคม

การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ยอมรับซึ่งการเปลี่ยนแปลง และยอมรับข้อด้อยของตนเอง

แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวผู้ประกอบการแต่ละคน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ ทำให้ผู้ประกอบการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา มีเป้าหมายเพื่อการบรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ตนเองปรารถนา และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยไม่ต้องอาศัยรางวัลภายนอก หรือกฎเกณฑ์ภายนอกเป็นข้อบังคับ โดยแบ่งองค์ประกอบของแรงจูงใจภายในออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ความต้องการสิ่งที่ท้าทาย หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความชอบ พึงพอใจ หรือต้องการงานที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำเดิม ชับซ้อน และมีความยากพอเหมาะกับความสามารถของตน

ความสนใจ-เพลิดเพลิน หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความกระตือรือร้น อยากรู้อยากเห็น ตลอดจนมีความสุข พอใจและเพลิดเพลินในการทำงานหรือทำกิจกรรมที่น่าสนใจ

ความเป็นตัวของตัวเอง หมายถึง ผู้ประกอบการที่ชอบริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง มีอิสระในการคิดและการกระทำ

ความต้องการมีความสามารถ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ต้องการมีประสิทธิผลในการจัดการกับสภาพแวดล้อม มีความต้องการที่จะเรียนรู้ พัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง

ความมุ่งมั่น หมายถึง ผู้ประกอบการที่มุ่งมั่นทำงานให้บรรลุผลด้วยความสามารถของตนเอง มีความยึดมั่นทุ่มเทให้กับงานโดยไม่หวังผลตอบแทนภายนอก ซึ่งความสำเร็จจากงานเป็นแรงบันดาลใจภายในมากกว่ารางวัลหรือเกียรติยศภายนอก

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผู้ประกอบการแต่ละคนที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของผู้ประกอบการคนนั้นๆ โดยแบ่งองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 10 ด้าน ดังนี้

การมีมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการเจรจาต่อรอง การติดต่อสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม มีความรู้ในการบริหารจัดการ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นได้

ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง ผู้ประกอบการที่ชอบงานท้าทาย กล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจในตนเอง ชอบทำในสิ่งที่แปลกใหม่ และมีความทะเยอทะยาน

ความซื่อสัตย์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีจริยธรรมหรือคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พนักงานหรือทีมงาน มีความจริงใจ และมีอุดมการณ์ที่ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม

การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความรู้พื้นฐาน มีประสบการณ์ และมีความถนัดในธุรกิจที่ทำ มีความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติ และได้ใช้ความรู้ที่เรียนมาในการประกอบธุรกิจ

ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีความตั้งใจจริง พยายามต่อสู้ไม่ท้อถอย ทำงานติดต่อกัน บริการลูกค้าดี เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ และมีใจรักในธุรกิจที่ทำ

การมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่รับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น ต้องการความเป็นอิสระ มีความรับผิดชอบ และสามารถอดทนต่อความกดดันรอบตัวได้

การมีวิสัยทัศน์ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความช่างคิดช่างสังเกต มองหาโอกาสที่ดี เรียนรู้และพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เสมอ

ความประหยัด หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีความประหยัดอย่างสมเหตุสมผล และให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพที่ดี

การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ และเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีการสอนงาน อธิบาย และฝึกอบรมทักษะต่างๆ ที่จำเป็น รวมถึงทักษะใหม่ๆ ที่ทันสมัยให้กับพนักงาน

การมีความเชื่อเรื่องโชค หมายถึง การที่ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบ สร้างความคิดในเชิงบวก ทำการเสี่ยงพอสมควร และลองเสี่ยงกับโอกาสใหม่ๆ โดย ไม่ปฏิเสธ “โชค” ที่มี

ความสำเร็จในการประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งวัดตามการรับรู้ของผู้ประกอบการ โดยแบ่งตัวชี้วัดความสำเร็จในการประกอบการออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

สภาพความเป็นไปทางการเงิน หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการดำเนินธุรกิจให้มีผลกำไร

การสนองตอบความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

การส่งเสริมนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการสร้างสรรค์วิธีการ หรือวิธีดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตของธุรกิจ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างสรรค์สินค้า หรือบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

การได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมในการสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร มีรู้สึกเป็นห่วงเป็นใย
ต่อความอยู่รอดขององค์กร

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล และทบทวนเอกสารต่างๆ ซึ่งจะเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ
3. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน
4. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
5. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีอันประกอบด้วยธุรกิจเอกชนขนาดต่างๆ ความสำเร็จ และความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจแต่ละแห่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อภาพรวมของระบบเศรษฐกิจด้วย แต่ถ้าจะมองในแง่ของการกระจายรายได้อย่างสม่ำเสมอ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) จะมีบทบาทในการสร้างความสมดุลทางรายได้ให้แก่สังคมได้มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ โดยที่จะสามารถส่งเสริมมาตรฐานการครองชีพของคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ สร้างรายได้ประชาชาติให้สูงขึ้น อันเป็นการสร้างเสถียรภาพให้แก่เศรษฐกิจและสังคมอย่างแท้จริง นอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมยังเป็นแหล่งวัตถุดิบ ผู้ให้บริการ ช่องทางการจำหน่าย คนกลาง และตัวแทน ฯลฯ ที่รองรับธุรกิจขนาดใหญ่ และทำให้สายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจมีความครบถ้วนสมบูรณ์ทุกกิจกรรม (กัตัญญ, 2544: 1)

ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs)

กัตัญญ (2544: 1) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระ ด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงานบ้างเล็กน้อย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546: 8) ได้มีการกำหนดนิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินของวิสาหกิจ และให้ถือจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนด โดยแบ่งกลุ่มประเภทของกิจการออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing Sector) หมายถึง ธุรกิจการผลิต ที่นำเอาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่ ป้อนเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

2. ภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก (Wholesale and Retail Sector) หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางที่อยู่ในช่องทางจำหน่าย เป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งไปถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงในท้องถิ่น แบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 กิจการค้าส่ง (Wholesale) หมายถึง กิจการที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางนำเอาสินค้ามาจำหน่ายในจำนวนมากแก่ผู้บริโภค หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

2.2 กิจการค้าปลีก (Retail) หมายถึง กิจการที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางนำเอาสินค้ามาจำหน่ายในจำนวนน้อยแก่ผู้บริโภค หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

3. ภาคบริการ (Service Sector) หมายถึง กิจการที่ใช้พนักงานเสนอบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หากมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม แต่หากมีจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท ถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้คำนิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) ตามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546 : 8) ได้นิยามไว้ดังกล่าวข้างต้น

แนวโน้มของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในอดีตที่ผ่านมาส่วนสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ในผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติลดลงทีละเล็กละน้อยอย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับปัจจุบันมีปรากฏการณ์ที่ทำให้เห็นว่า SMEs มีแนวโน้มจะกลับมาขยายตัวอีกครั้งหนึ่ง แม้วิสาหกิจขนาดใหญ่จะยังคงมีอยู่ต่อไป และมีการควบรวมธุรกิจเข้าด้วยกันเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กิจการก็ตาม จากการวิจัยของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการศึกษาแรงงาน (International for Labour Studies) ในเจนีวาชี้ให้เห็นว่าการกระจายตัวของคนงานในประเทศอุตสาหกรรมที่สำคัญๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอังกฤษ มีแนวโน้มของสัดส่วนคนงานใน SMEs เพิ่มสูงขึ้น (อำนาจ, 2546: 13-14)

แม้ว่าจะไม่มีเหตุผลยืนยันเกี่ยวกับการเติบโตของ SMEs อย่างชัดเจนก็ตาม แต่ปรากฏการณ์ที่นำมาอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของวิธีการทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน จนทำให้ SMEs มีศักยภาพในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบสูงขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า “เล็ก คือ ความสวยงาม” (Small is Beautiful) ซึ่งได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทั้งเครื่องจักร เครื่องมือในการผลิตและการจัดการ จนมีผลทำให้ต้นทุนของกิจการต่ำลงและประสิทธิภาพการดำเนินงานสูงขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต
2. ความยืดหยุ่น การที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ลักษณะเช่นนี้ทำให้ธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และกลวิธีในการดำเนินงานได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่
3. การที่ผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะเจาะจง เพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น ซึ่งเอื้ออำนวยต่อความสามารถในเชิงแข่งขันของ SMEs ในการเข้าสู่ตลาด
4. อัตราเร่งหรือความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมจะมีความได้เปรียบในด้านนี้มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบกับการแข่งขันในการให้บริการมีมากยิ่งขึ้น จนก่อให้เกิดการเปรียบเทียบในด้านความรวดเร็วถึงกับมีคำกล่าวที่ว่าผู้บริโภคในยุคนี้สามารถที่จะบริโภคเวลา (Time Consuming) ได้

ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ตั้งอยู่กระจัดกระจายตามจุดต่างๆ ของประเทศ และมีสัดส่วนอยู่ในอุตสาหกรรมหลักทุกประเภท ซึ่งนอกจากจะทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการจนมีสัดส่วนที่สำคัญในผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแล้ว SMEs ยังมีบทบาทในการสนับสนุนระบบเศรษฐกิจโดยรวมในด้านต่างๆ (อำนาจ, 2546: 14-16) ดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ แนวโน้มในด้านขนาดธุรกิจในยุคปัจจุบันโน้มเอียงไปที่ SMEs เพราะมีความได้เปรียบในการตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า ดังนั้นทำให้ SMEs เป็นแหล่งสร้างงานใหม่ เพื่อรองรับการเติบโตของประชากรและเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ต่างนำเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาทดแทนแรงงานคน และลดขนาดธุรกิจลง ด้วยเหตุนี้ในหลายๆ ประเทศ SMEs จึงเป็นแหล่งสร้างงานใหม่ที่สำคัญที่สุด

2. การประดิษฐ์คิดค้น แม้ผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเกิดจากการค้นคว้าวิจัยโดยองค์การธุรกิจขนาดใหญ่จะช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตให้กับประชากรโลกก็ตาม แต่สำหรับความก้าวหน้าทางด้าน

วิทยาศาสตร์จำนวนมากกลับปรากฏหลักฐานว่าเกิดจากนักลงทุนอิสระ และ SMEs ในองค์การธุรกิจขนาดใหญ่นั้นฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มักจะเน้นพัฒนาเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม แม้ว่าในความเป็นจริงความคิดในการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จำนวนมากจะเกิดจากบุคคลในองค์การขนาดใหญ่ แต่ว่าบุคคลเหล่านี้มักจะประสบกับปัญหาในด้านการยอมรับหรืออุปสรรคในด้านอื่นๆ จนทำให้ต้องหันเหมาทำการวิจัยอย่างอิสระหรือประกอบการด้วยตนเองแทน

3. การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ นักเศรษฐศาสตร์เริ่มตั้งแต่ Adam Smith ได้อธิบายถึงสภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจนั้นว่าเกิดจากแรงผลักดันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล ดังนั้นกฎแห่งการแข่งขันจึงเป็นผลมาจากความเห็นแก่ตัวของคนเรา เมื่อผู้ผลิตมีเพียง 2-3 ราย ที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ตลาดก็จะเป็ตลาดของผู้ขาย และอำนาจจากการผูกขาดนี้ทำให้ราคาของผู้ผลิตกำหนดสูงกว่าที่ควรจะเป็น อุตสาหกรรมขาดการแข่งขันในการพัฒนาทางเทคโนโลยี ซึ่งถ้าไม่มีธุรกิจที่เข้ามาแข่งขันรายใหม่ ธุรกิจที่มีอยู่เดิมอาจใช้อำนาจการผูกขาดไปในทางที่ผิด ดังนั้นจึงต้องมี SMEs เข้ามาแข่งขันในตลาดด้วย

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ ในความเป็นจริงหน้าที่ทางธุรกิจบางหน้าที่นั้นเหมาะสมสำหรับการดำเนินงานแบบ SMEs ซึ่งถ้า SMEs ต้องออกจากระบบเศรษฐกิจไป ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมต้องประสบกับปัญหาในด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยทั่วไปหน้าที่ทางธุรกิจ 2 หน้าที่ที่ SMEs สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่

4.1 หน้าที่การจัดจำหน่าย (Distribution Function) โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งอาจมีความต้องการที่จะดำเนินธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกด้วยตนเอง เพื่อให้กิจการสามารถควบคุมการจัดจำหน่ายได้ อย่างไรก็ตามโดยธรรมชาติของการจัดจำหน่าย ผู้ทำหน้าที่ค้าส่งและค้าปลีกที่ให้บริการทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณค่านั้นต้องเป็นผู้ที่สามารถเชื่อมโยงผู้บริโภครและผู้ผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการครอบคลุมตลาดและต้นทุน และในการดำเนินงานด้านนี้ SMEs จำนวนมากที่ประกอบการอยู่แล้วสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

4.2 หน้าที่การจัดหา (Supply Function) โดยปกติ SMEs จำนวนมากจะเป็นผู้ดำเนินการในฐานะที่เป็นผู้จัดหา (Suppliers) และผู้รับช่วงให้แก่ธุรกิจรายใหญ่ ซึ่งความสำคัญในด้านนี้จะมีมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ เพราะโลกธุรกิจในปัจจุบันองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อผู้จัดหา

เปรียบเสมือนหนึ่งเป็นหุ้นส่วนต่อกัน และเป็นพันธมิตรในเชิงกลยุทธ์ร่วมกัน ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตทางอุตสาหกรรมในญี่ปุ่นถือเป็นผู้บุกเบิกพัฒนาความสัมพันธ์อันแข็งแกร่งในลักษณะนี้ โดยร่วมงานและให้ความไว้วางใจอย่างใกล้ชิดกับผู้จัดหา ในสหรัฐอเมริกาก็ได้ใช้แนวคิดนี้ไปปฏิบัติกับผู้จัดหาที่มีสัญญาระยะยาวเช่นกัน

5. การผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ในการพิจารณาถึงบทบาทของ SMEs ในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานนั้น กฎเกณฑ์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่บ่งชี้ถึงประสิทธิภาพ คือการประหยัดอันเกิดจากขนาด (Economies of Scale) ซึ่งจะผันแปรไปตามธรรมชาติของแต่ละธุรกิจ อุตสาหกรรม เราอาจกล่าวยกตัวอย่างได้ว่า ธุรกิจขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพการผลิตยอดเยี่ยมกว่า SMEs แต่สำหรับกิจการซ่อมรถยนต์แล้ว SMEs นั้นสามารถดำเนินงานได้ดีกว่า เป็นต้น

การที่ผู้วิจัยสนใจศึกษากิจการในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs นั้น เนื่องจากเห็นถึงความสำคัญของ SMEs ที่มีบทบาทเปรียบเสมือนเสาหลักที่แท้จริงทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งยังมีความสอดคล้องกับนโยบายที่มุ่งพัฒนาศักยภาพ SMEs ของภาครัฐในปัจจุบันอีกด้วย

ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

การดำเนินการใดๆ ในองค์กร หากต้องเข้าไปข้องเกี่ยวกับคนหรือกลุ่มคนแล้วนั้น จะต้องอาศัยภาวะผู้นำเป็นตัวจุดประกายให้เกิดพฤติกรรมองค์การที่ประสานสอดคล้อง และมุ่งมั่นไปในทิศทางเดียวกัน มิฉะนั้นอาจเกิดสภาวะหยดน้ำ ภาวะผู้นำจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดองค์การที่มีการดำเนินการที่เป็นเลิศ (นิตย, 2546: 20)

ความหมายของภาวะผู้นำ

มีนักทฤษฎีและนักวิชาการหลายท่านที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำ และได้อธิบายความหมายของภาวะผู้นำด้วยคำต่างๆ ไขว่หลากหลายด้วยกัน เช่น คุณลักษณะ พฤติกรรม ความสามารถ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ หรือกระบวนการของบุคคลที่มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น เป็นต้น

เสริมศักดิ์ (2536: 10) ให้ความหมายว่า ภาวะผู้นำ คือ การใช้อิทธิพลของบุคคลหรือของตำแหน่งให้ผู้อื่นยินยอมปฏิบัติตาม เพื่อที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของกลุ่มตามที่ได้กำหนดไว้

สร้อยตระกูล (2545: 254) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ เป็นเรื่องของความสามารถ และคุณลักษณะของบุคคลที่จะใช้อิทธิพลโน้มน้าว ชักจูง เปลี่ยนแปลง การกระทำของบุคคลและกลุ่มให้สามารถรวมพลังช่วยกันทำงาน เพื่อให้วัตถุประสงค์ขององค์การสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

รัตติกรณ์ (2545: 6) ให้ความหมายของ ภาวะผู้นำว่า เป็นพฤติกรรมและกระบวนการของการมีอิทธิพล การจูงใจ การสนับสนุนบุคคล และการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

Yuki (1989: 5) ให้ความหมายว่า ภาวะผู้นำ คือ กระบวนการของการมีอิทธิพลต่อการดำเนินการของกลุ่ม และวัฒนธรรมองค์การ อันเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเป้าหมาย การจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่เป็นไปตามเป้าหมายของกลุ่มและองค์การที่ได้วางเอาไว้

Koontz and Wehrich (1990: 344 – 345) ให้ความหมายว่า ภาวะผู้นำ คือ ศิลปะหรือกระบวนการของการมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม ทำให้พวกเขาพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายของกลุ่มด้วยความตั้งใจและกระตือรือร้น

Hersey and Blanchard (1993: 94) ให้ความหมายว่า ภาวะผู้นำ คือ กระบวนการที่กระตุ้นให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลกระทำกิจกรรมการปฏิบัติงานต่างๆ อย่างเต็มความสามารถ และพยายามให้บรรลุตามเป้าหมายในสถานการณ์ที่กำหนด

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง พฤติกรรม ความสามารถ หรือกระบวนการที่ผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาหรือพนักงานในองค์การ รวมถึงการจูงใจ การสนับสนุน และการดำเนินกิจกรรมขององค์การ เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ในการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำ สามารถจำแนกแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำได้เป็น 4 แนวคิดใหญ่ๆ คือ 1) แนวคิดภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ 2) แนวคิดภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม 3) แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ และ 4) แนวคิดภาวะผู้นำแนวใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ (Trait Approach)

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดเริ่มแรกของการศึกษาภาวะผู้นำ ให้ความสนใจเน้นไปที่ลักษณะของผู้นำ และความคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผล จึงเกิดคำถามว่า องค์ประกอบ ปัจจัย หรือลักษณะใดที่จะทำให้ผู้นำมีประสิทธิผล (สร้อยตระกูล, 2545: 256) เป็นแนวคิดที่พยายามศึกษาเพื่อค้นหาลักษณะสากลของผู้นำที่มีประสิทธิผล และแยกผู้นำออกจากผู้ตาม โดยถือเกณฑ์ลักษณะส่วนตัวเพื่อคาดคะเนประสิทธิภาพของผู้นำ เช่น บุคลิกภาพ ทักษะ ค่านิยม และลักษณะทางกายภาพต่างๆ จากการศึกษาลักษณะของผู้นำที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่ พบว่า ผู้นำที่มีประสิทธิผลสูงโดยทั่วไป มีความเฉลียวฉลาด กระตือรือร้น ตื่นตัวกับความต้องการของบุคคลอื่น เข้าใจงาน มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดี มีความคิดริเริ่ม ชอบแก้ปัญหา มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีตำแหน่งสำคัญ และมีลักษณะเด่น ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานการณ์ (ศิริวรรณ และคณะ, 2545: 282)

ในช่วงทศวรรษที่ 1950-1959 นักวิจัยต่างพากันละทิ้งแนวคิดเชิงคุณลักษณะ เนื่องจากเมื่อมีการทบทวนผลการวิจัยอย่างกว้างขวางแล้วก็พบจุดอ่อนของแนวคิดนี้ว่า คุณลักษณะของผู้นำเพียงอย่างเดียวไม่สามารถอธิบายประสิทธิผลหรือประสิทธิภาพของผู้นำได้อย่างสมบูรณ์ในทุกสถานการณ์ และไม่สามารถระบุลักษณะที่แน่นอนและคุณลักษณะร่วมของผู้นำได้ จึงไม่มีลักษณะเด่นใดแม้แต่เพียงข้อเดียวที่สามารถแยกแยะผู้นำออกจากบุคคลธรรมดาได้เสมอในทุกกรณี แต่เทคนิคใหม่ๆ ที่ก้าวหน้าทางวิชาการสถิติในปัจจุบันนี้สามารถช่วยให้มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างผลงานวิจัยต่างๆ ได้ดีกว่าอดีตที่ผ่านมา ผลการประมวลข้อมูลชี้ให้เห็นว่า มีลักษณะเด่นหลายอย่างที่มีมักจะมียู่ในตัวผู้นำ ในอนาคตผลงานวิจัยอาจจะช่วยแยกแยะลักษณะเด่นของผู้นำได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เราสามารถทำนายได้แม่นยำขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมาด้วย (นิศย์, 2546: 34)

2. แนวคิดภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม (Behavior Approach)

ในช่วงปี 1940 ภายใต้อุดมการณ์ของแนวคิดเชิงคุณลักษณะ นักวิจัยจึงหันเหไปสนใจศึกษาสไตล์ความเป็นผู้นำ หรือพฤติกรรมผู้นำที่แบ่งแยกผู้นำที่มีประสิทธิภาพและไม่มีประสิทธิภาพแทน โดยแบ่งพฤติกรรมของผู้นำเป็น 2 ประเภท คือภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน คือ พฤติกรรมของผู้นำที่มุ่งการทำงานให้สำเร็จด้วยการกระทำบางอย่าง เช่น การมอบหมายงาน การแบ่งงานกันทำ การตัดสินใจ และการประเมินผลงาน และภาวะผู้นำแบบมุ่งคน คือ พฤติกรรมของผู้นำที่มุ่งการเปิดรับและความเป็นมิตร และการให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชา (สมยศ, 2541: 167-168)

การศึกษาแนวคิดเชิงพฤติกรรมนี้มีหลายแนวทาง เช่น การศึกษาของมหาวิทยาลัยโอไฮโอ มหาวิทยาลัยมิชิแกน มหาวิทยาลัยโอไฮโอ ระบบการบริหารของ Likert ทฤษฎีตาข่ายการบริหารของ Blake and Mouton และแนวต่อเนื่องพฤติกรรมผู้นำของ Tannenbaum and Schmidt

แต่ก็พบจุดอ่อนว่าไม่มีแบบพฤติกรรมภาวะผู้นำใดที่จะเหมาะสมที่สุดในทุกสถานการณ์ ซึ่งผู้นำจะต้องเผชิญ จึงไม่สามารถระบุได้ว่าสไตล์ของผู้นำแบบใดที่จะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ (Situational Approach)

แนวคิดนี้เสนอว่าสถานการณ์ที่แตกต่างกันต้องการภาวะผู้นำที่แตกต่างกัน จึงมีการพยายามศึกษาปัจจัยต่างๆ ในแต่ละสถานการณ์ที่จะมีผลต่อประสิทธิภาพของผู้นำ พบว่าองค์ประกอบต่างๆ ในสถานการณ์จะมีผลต่อประสิทธิภาพของผู้นำหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้นำที่มีต่อสถานการณ์นั้นๆ และผู้นำจะต้องเลือกแบบของผู้นำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ หรือองค์ประกอบต่างๆ จะส่งผลต่อแบบของผู้นำ เช่น บรรยากาศขององค์การ ภารกิจ อำนาจ ตำแหน่งหน้าที่ ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน นอกจากนั้นตัวผู้นำเองก็ยังมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบต่างๆ ในสถานการณ์ด้วย (รัตติกรณ์, 2548: 11)

การศึกษาแนวคิดภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์มีการศึกษาที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ของ Fiedler (Fiedler's Contingency) ทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ของ Hersey and Blanchard ทฤษฎีวิถีทาง-เป้าหมาย (Path-Goal Theory) ของ Evan and House ทฤษฎีโมเดลการตัดสินใจของ Vroom, Yetton and Jago

จุดบกพร่องของแนวคิดนี้คือ ความไม่แน่นอนว่าผู้นำจะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การนำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้เสมอไป อาจจะขึ้นกับลักษณะเฉพาะตัว และความสามารถ ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของผู้นำด้วย และแนวคิดทฤษฎีในกลุ่มนี้ก็ไม่ได้ให้แนวทางที่เหมาะสม แก่ผู้นำในการวิเคราะห์สถานการณ์ กิจกรรม หรือปัญหาต่างๆที่กำลังเผชิญ นอกจากนี้ในยุค ปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นก็มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การวิเคราะห์สถานการณ์อย่างถูกต้องจึงไม่ใช่เรื่องง่ายนักสำหรับผู้นำ

4. แนวคิดภาวะผู้นำแนวใหม่

4.1 แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ในปี 1980 แนวคิดเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นจากผลงานวิจัยภาวะผู้นำ ทางการเมืองของ James M. Burns โดยอธิบายว่าภาวะผู้นำ หมายถึงการที่ผู้นำทำให้ผู้ตามสามารถ บรรลุจุดมุ่งหมายที่แสดงออกถึงค่านิยม แรงจูงใจ ความต้องการ ความจำเป็น และความคาดหวังทั้ง ของผู้นำและของผู้ตาม Burns เห็นว่าภาวะผู้นำเป็นปฏิสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความแตกต่างกันใน ด้านอำนาจ ระดับแรงจูงใจ และทักษะเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมกัน ซึ่งเกิดได้ใน 3 ลักษณะ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) และภาวะผู้นำแบบจริยธรรม (Moral Leadership) โดยภาวะผู้นำทั้ง 3 ลักษณะนี้ มีลักษณะเป็นแกนต่อเนื่อง ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนอยู่ปลายสุดของแกน ตรงกันข้าม กับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมุ่งเปลี่ยนสภาพไปสู่ภาวะผู้นำแบบจริยธรรม (รัตติกรณ์, 2545: 34-37)

ในปี 1985 Bernard M. Bass ได้เสนอทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่พัฒนามา จากแนวคิดของ Burns ประกอบด้วยภาวะผู้นำ 2 แบบ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) ซึ่งมี

ลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) ที่มีความต่อเนื่องกัน โดยผู้นำจะใช้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาความต้องการของผู้ตามให้สูงขึ้นต่อเนื่องจากภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งที่ต้องการระหว่างกันเพื่อให้ผู้ตามปฏิบัติตาม ซึ่งผู้นำคนเดียวกันอาจเลือกใช้ในประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ในเวลาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม Bass วินิจฉัยว่าความเป็นภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยนสามารถส่งผลในการปรับปรุงประสิทธิภาพขั้นต่ำกว่า ส่วนภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งช่วยเพิ่ม และปรับปรุงประสิทธิภาพในขั้นที่สูงกว่า

ในปี 1991 Bass and Avolio (Bass, 1999; Bass, 1997b; Bass and Avolio, 1993 อ้างถึงใน รัตติกรณ์, 2545ก: 20-27) ได้เสนอโมเดลภาวะผู้นำแบบเต็มรูปแบบ (Model of The Full Range of Leadership) โดยใช้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำตามรูปแบบภาวะผู้นำที่ Bass เคยเสนอไว้ในปี ค.ศ. 1985 โมเดลนี้จะประกอบด้วยภาวะผู้นำ 3 แบบ คือ

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ตาม โดยเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานและผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของทีมและขององค์การ จูงใจให้ผู้ร่วมงาน และผู้ตามมองให้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่ม องค์การหรือสังคม ซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ หรือที่เรียกว่า “4I” (Four I’s) คือ

1.1 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำ และต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้ คือ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม ผู้นำจะมีความสม่ำเสมอมากกว่าการเอาแต่อารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤต ผู้นำเป็นผู้ที่ไว้วางใจได้ว่าจะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและมีจริยธรรมสูง ผู้นำจะหลีกเลี่ยงที่จะใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว แต่จะประพฤติตนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น และเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม ผู้นำจะแสดงให้เห็นถึงความเฉลียวฉลาด ความมีสมรรถภาพ ความตั้งใจ การเชื่อมั่นในตนเอง ความแน่วแน่ในอุดมการณ์ ความเชื่อและค่านิยมของเขา ผู้นำจะเสริมความภาคภูมิใจ

ความจงรักภักดี และความมั่นใจของผู้ตาม และทำให้ผู้ตามมีความเป็นพวกเดียวกันกับผู้นำ โดยอาศัยวิสัยทัศน์และการมีจุดประสงค์ร่วมกัน ผู้นำแสดงความมั่นใจ ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันเดียวกันเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ตามจะเลียนแบบผู้นำ และพฤติกรรมของผู้นำจากการสร้างความมั่นใจในตนเอง ประสิทธิภาพและความเคารพในตนเอง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงรักษาอิทธิพลของตนในการบรรลุเป้าหมายและปฏิบัติภาระหน้าที่ขององค์กร

1.2 การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) หมายถึง การที่ผู้นำจะประพุดิในทางที่จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การให้ความหมายท้าทายในเรื่องงานของผู้ตาม ผู้นำจะกระตุ้นจิตวิญญาณของทีม (Team Spirit) ให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก ผู้นำจะทำให้ผู้ตามสัมผัสกับภาพทั้งดงามของอนาคต ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังที่ผู้นำต้องการอย่างชัดเจน ผู้นำจะแสดงการอุทิศตัวหรือความผูกพันต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน ผู้นำจะแสดงความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตนเพื่อวิสัยทัศน์และการกิจขององค์กร ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามพัฒนาความผูกพันของตนต่อเป้าหมายระยะยาว และบ่อยครั้งพบว่าการสร้างแรงบันดาลใจนี้เกิดขึ้นผ่านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และการกระตุ้นทางปัญญา โดยการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลทำให้ผู้ตามรู้สึกว่าคุณค่า และกระตุ้นให้พวกเขาสามารถจัดการกับปัญหาที่ตนเองเผชิญได้ ส่วนการกระตุ้นทางปัญญาช่วยให้ผู้ตามจัดการกับอุปสรรคของตนเอง และเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

1.3 การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการตั้งสมมติฐาน การเปลี่ยนกรอบ (Reframing) การมองปัญหา และการเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ๆ ด้วยวิถีทางแบบใหม่ๆ มีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบของปัญหา มีการให้กำลังใจผู้ตามให้พยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ๆ ผู้นำมีการกระตุ้นให้ผู้ตามแสดงความคิดและเหตุผล และไม่วิจารณ์ความคิดของผู้ตามแม้ว่ามันจะแตกต่างไปจากความคิดของผู้นำ ผู้นำทำให้ผู้ตามรู้สึกว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่ท้าทาย และเป็นโอกาสที่ดีที่จะแก้ปัญหาร่วมกัน โดยผู้นำจะสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ตามว่าปัญหาทุกอย่างต้องมีวิธีแก้ไข แม้บาง

ปัญหาจะมีอุปสรรคมากมาย ผู้นำจะพิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างได้ จากความร่วมมือร่วมใจในการแก้ปัญหของผู้ร่วมงานทุกคน ผู้ตามจะได้รับการกระตุ้นให้ตั้งคำถามต่อค่านิยมของตนเอง ความเชื่อ และประเพณี การกระตุ้นทางปัญญาเป็นส่วนที่สำคัญของการพัฒนาความสามารถของผู้ตามในการที่จะตระหนัก เข้าใจ และแก้ไขปัญหาคด้วยตนเอง

1.4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC)

ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นทีปรึกษา (Advisor) ของผู้ตามแต่ละคน เพื่อการพัฒนาผู้ตาม ผู้นำจะเอาใจใส่เป็นพิเศษในความต้องการของปัจเจกบุคคล เพื่อความสัมฤทธิ์และเติบโตของแต่ละคน ผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและเพื่อนร่วมงานให้สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำจะมีการปฏิบัติต่อผู้ตามโดยการให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างบรรยากาศของการให้การสนับสนุน คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านความจำเป็นและความต้องการ การประพุดิของผู้นำแสดงให้เห็นว่าเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น บางคนได้ร้บกำลังใจมากกว่า บางคนได้ร้บอำนาจการตัดสินใจด้วยตัวเองมากกว่า บางคนมีมาตรฐานที่เคร่งครัดกว่า บางคนมีโครงสร้างงานที่มากกว่า ผู้นำมีการส่งเสริมการสื่อสารสองทาง และมีการบริหารจัดการด้วยความเอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง (Management By Walking Around) มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นการส่วนตัว ผู้นำสนใจในความกังวลของแต่ละบุคคล เห็นปัจเจกบุคคลเป็นบุคคลทั้งคน (As a Whole Person) มากกว่าเป็นพนักงานหรือเป็นเพียงปัจจัยการผลิต ผู้นำจะมีการฟังอย่างมีประสิทธิภาพ มีการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) ผู้นำจะมีการมอบหมายงานเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้ตาม เปิดโอกาสให้ผู้ตามได้ใช้ความสามารถพิเศษอย่างเต็มที่ และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ท้าทายความสามารถ ผู้นำจะดูแลผู้ตามว่าต้องการคำแนะนำ การสนับสนุน และการช่วยให้ก้าวหน้าในการทำงานที่รับผิดชอบอยู่หรือไม่ โดยผู้ตามจะรู้สึกว่าเขากำลังถูกตรวจสอบ

องค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะทั้ง 4 ประการ (4I's) ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้มีความสัมพันธ์กัน (Intercorrelated) อย่างไรก็ตามมีการแบ่งแยกแต่ละองค์ประกอบ เพราะเป็นแนวคิดพฤติกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง และมีความสำคัญในการวินิจฉัยตามวัตถุประสงค์ต่างๆ (Bass, 1997a อ้างถึงใน รัตติกรณ์, 2545ก: 23)

2. ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำให้รางวัล หรือลงโทษผู้ตาม ขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม ผู้นำใช้กระบวนการแลกเปลี่ยนเสริมแรงตามสถานการณ์ ผู้นำจูงใจผู้ตามให้ปฏิบัติงานตามระดับที่คาดหวังไว้ ผู้นำช่วยให้ผู้ตามบรรลุเป้าหมาย ผู้นำทำให้ผู้ตามมีความเชื่อมั่นที่จะปฏิบัติงานตามบทบาท และเห็นคุณค่าของผลลัพธ์ที่กำหนด ซึ่งผู้นำจะต้องรู้ถึงสิ่งที่ผู้ตามจะต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ผู้นำจูงใจโดยเชื่อมโยงความต้องการและรางวัลกับความสำเร็จตามเป้าหมาย รางวัลส่วนใหญ่เป็นรางวัลภายนอก ผู้นำจะต้องทำให้ผู้ตามเข้าใจในบทบาท รวมทั้งผู้นำจะตระหนักถึงความต้องการของผู้ตาม ผู้นำจะรับรู้ว่าผู้ตามต้องทำอะไรเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมาย ผู้นำจะระบุบทบาทเหล่านี้และข้อกำหนดงานที่ชัดเจน ผู้นำจะรับรู้ความต้องการของผู้ตาม ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามระบุเป้าหมาย และเข้าใจว่าความต้องการหรือรางวัลที่พวกเขาต้องการจะเชื่อมโยงกับความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างไร ภาวะผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนประกอบด้วยภาวะผู้นำ 3 แบบใหญ่ คือ

2.1 การให้รางวัลตามสถานการณ์ (Contingent Reward: CR) ผู้นำจะทำให้ผู้ตามเข้าใจชัดเจนว่าต้องการให้ผู้ตามทำอะไรหรือคาดหวังอะไรจากผู้ตาม และจากนั้นจะจัดการแลกเปลี่ยนรางวัลในรูปแบบของคำยกย่องชมเชย ประกาศความดีความชอบ การจ่ายเพิ่มขึ้น ให้โบนัส เมื่อผู้ตามสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง ผู้นำแบบนี้มักจูงใจโดยให้รางวัลเป็นการตอบแทน และมักจูงใจด้วยแรงจูงใจขั้นพื้นฐานหรือแรงจูงใจภายนอก

2.2. การบริหารแบบวางเฉยเชิงรุก (Active Management-by Exception: MBE-A) ผู้นำจะใช้วิธีการทำงานแบบกันไว้ดีกว่าแก้ ผู้นำจะคอยสังเกตผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม และช่วยแก้ไขให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาดล้มเหลว

2.3 การบริหารแบบวางเฉยเชิงรับ (Passive Management-by Exception: MBE-P) ผู้นำจะใช้วิธีการทำงานแบบเดิม และพยายามรักษาสภาพเดิมไว้ ผู้นำจะเข้าไปแทรกแซงถ้าผลการปฏิบัติงานไม่ได้ตามมาตรฐาน หรือถ้ามีบางอย่างผิดพลาดเท่านั้น

3. ภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย (Laissez-Faire Leadership: LF) หรือพฤติกรรมความไม่มีภาวะผู้นำ (Nonleadership Behavior) เป็นภาวะผู้นำที่ไม่มีความพยายาม ขาดความรับผิดชอบ ไม่มีการตัดสินใจ ไม่เต็มใจที่จะเลือกยืนอยู่ฝ่ายไหน ขาดการมีส่วนร่วม เมื่อผู้ตามต้องการผู้นำ ผู้นำจะไม่อยู่ ไม่มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการกิจขององค์กร ไม่มีความชัดเจนในเป้าหมาย

จากลักษณะภาวะผู้นำแบบเต็มรูปแบบทั้งหมดที่กล่าวมานี้ Bass and Avolio ได้กล่าวสรุปและเปรียบเทียบลักษณะภาวะผู้นำทั้ง 5 แบบ คือ 1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (4I's) 2. ภาวะผู้นำแบบการให้รางวัลตามสถานการณ์ (CR) 3. ภาวะผู้นำแบบการบริหารแบบวางเฉยเชิงรุก (MBE-A) 4. ภาวะผู้นำแบบการบริหารแบบวางเฉยเชิงรับ (MBE-P) และ 5. ภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย (LF) ตามรายละเอียดดังนี้

ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน ซึ่งประกอบด้วย แบบการให้รางวัลตามสถานการณ์ (CR) การบริหารแบบวางเฉยเชิงรุก (MBE-A) และการบริหารแบบวางเฉยเชิงรับ (MBE-P) จากการศึกษาพบว่า แบบการให้รางวัลตามสถานการณ์ (CR) หรือมีการเสริมแรงทางบวกมีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้อื่นบรรลุถึงระดับการพัฒนา และมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น ถึงแม้ว่าจะไม่มากเท่าองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ(4I's) ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้วยวิธีการนี้ผู้นำจะมอบหมายหรือมีข้อตกลงเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องทำให้สำเร็จ และสัญญาว่าจะให้รางวัลเป็นการแลกเปลี่ยนกับงานที่ได้รับมอบหมายไปและเป็นที่น่าพอใจ การบริหารแบบวางเฉย (MBE) มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพน้อยกว่า และเป็นที่ต้องการในเฉพาะบางกรณี การบริหารแบบวางเฉยเชิงรุก (MBE-A) ผู้นำจะคอยดูแลอย่างใกล้ชิด ผู้นำจะลงมือแก้ไขถ้าจำเป็นในกรณีที่มีการเบี่ยงเบนออกจากมาตรฐานหรือมีข้อผิดพลาด หรือข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายของผู้ตาม ส่วนการบริหารแบบวางเฉยเชิงรับ (MBE-P) ผู้นำจะอยู่เฉยๆ รอจนกว่าความเบี่ยงเบน ข้อผิดพลาด และข้อบกพร่องเกิดขึ้นแล้วจึงลงมือแก้ไข ส่วนภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย (LF) หรือการขาดภาวะผู้นำ คือ ผู้นำที่มีการหลีกเลี่ยง ซึ่งเป็นภาวะผู้นำที่ไม่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

4.2 แนวคิดภาวะผู้นำของผู้ประกอบการจากการศึกษาวิจัยของรัตติกรณ์ จงวิศาล

เนื่องจากแนวคิดทฤษฎีส่วนใหญ่ของภาวะผู้นำ เป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีเนื้อหาและโครงสร้างที่เป็นการศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้จากบริบททางสังคมหรือองค์การของประเทศตะวันตกเกือบทั้งสิ้น รัตติกรณ์ (2548) จึงทำการศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่ประสบความสำเร็จ และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือวัดภาวะผู้นำ และวิเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย รวมถึงเพื่อศึกษาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ตามบริบทของสังคมไทย ซึ่งมีรายละเอียดของการศึกษาวิจัยดังนี้

รัตติกรณ์ (2548) ทำการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และเทคนิคการวิเคราะห์เหตุการณ์สำคัญจากกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำ และนำเครื่องมือวัดภาวะผู้นำนี้ไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ไทย จำนวน 544 คน นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อหาองค์ประกอบของแบบวัดภาวะผู้นำ และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบจำนวนองค์ประกอบ พบว่า เครื่องมือหรือแบบวัดภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้

1. การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความรักองค์การ พัฒนาตนเอง และมีส่วนร่วมในการทำงาน อีกทั้งตัวผู้ประกอบการเองต้องทำหน้าที่เป็นผู้จุดประกายความคิดให้ผู้ใต้บังคับบัญชา เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความสามารถหรือศักยภาพของตนเอง สร้างแรงบันดาลใจให้ทีมงาน และให้ความสำคัญกับคนมากที่สุดเหนือสิ่งอื่นใด
2. การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่แสดงออกซึ่งการรักษาน้ำใจผู้ใต้บังคับบัญชา พยายามทำให้ผู้อื่นมีความสุข ออมชอมประโยชน์แก่ทุกฝ่าย มีความเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารี สร้างความสนิทสนมเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา และให้อภัยแก่ความผิดพลาดของผู้อื่น
3. การมีศีลธรรมในการประกอบการ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีความพิถีพิถันกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รักษาคำพูด ยึดมั่นในศีลธรรม มีการดำเนินการอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ และมีความซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น
4. ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่แสดงออกซึ่งการมีวิสัยทัศน์ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มองการณ์ไกล และมีความคิดเชิงกลยุทธ์
5. การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ยึดหลักธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจ ปลูกฝังจริยธรรมให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา สร้างและส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีที่ดี และดำเนินธุรกิจโดยมุ่งคืนประโยชน์ให้กับสังคม

6. การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ยอมรับซึ่งการเปลี่ยนแปลง และยอมรับข้อด้อยของตนเอง

เครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่มีองค์ประกอบ 6 ด้านนี้ ประกอบด้วยข้อคำถาม 30 ข้อ ความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งฉบับ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .92 มีค่าอำนาจจำแนก โดยการหาค่า Item-total Correlation อยู่ระหว่าง .38 - .63

จากนั้นนำแบบวัดชุด 30 ข้อนี้ ไปใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือ และศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย จำนวน 1,064 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกันมีภาวะผู้นำแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูง มีภาวะผู้นำโดยรวมและภาวะผู้นำทั้ง 6 องค์ประกอบสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยของคะแนนภาวะผู้นำอยู่ในช่วง 0-4 และพบว่าภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย อยู่ในระดับมาก 5 องค์ประกอบ คือ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจ ผู้ได้บังคับบัญชา ด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ส่วนด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการนั้น เป็นเพียงองค์ประกอบเดียวที่อยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดภาวะผู้นำจากการศึกษาวิจัยของ รัตติกรณ์ (2548) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ซึ่งตรงกับบริบทในงานวิจัยของผู้วิจัย อีกทั้งที่มาของเครื่องมือวัดภาวะผู้นำนี้มาจากการศึกษาเชิงลึกกับผู้ประกอบการ SMEs ที่ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในประเทศไทย จึงมีความน่าเชื่อถือว่าจะสามารถเข้ากับการศึกษาและพัฒนาความสำเร็จในรูปแบบของคนไทย และบริบทของสังคมไทย ได้ดีกว่า

ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมต่างๆ ของแต่ละบุคคล ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้หลายแง่มุม ดังนี้

อำนาจ (2536: 72) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่พลังงานทั้งหลายเป็นสิ่งที่ชี้นำพฤติกรรม หรือการจูงใจเป็นพลังที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรม ลักษณะพลังของการจูงใจจะปรากฏขึ้นต่อเมื่อบุคคลถูกกระตุ้นในองค์การอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้ว่าจะชอบหรือไม่ก็ตาม

ศิริวรรณ และคณะ (2541: 106) ให้ความหมายของ แรงจูงใจ ว่าหมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ในการกระทำกิจกรรมต่างๆ อย่างมีพลัง มีคุณค่า มีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจ เต็มใจ ความพยายาม หรือพลังภายในตนเอง รวมทั้งการเพิ่มพูนความสามารถที่จะทุ่มเทในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุด

McClelland et al. (1953: 552) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ การแสดงออกถึงสภาพอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า แล้วปรากฏเป็นพฤติกรรมออกมา เพื่อกระทำไปสู่จุดมุ่งหมาย และการเกิดอารมณ์พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

Glueck (1982: 138) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะภายในของบุคคล ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางและระดับของพฤติกรรม ทำให้การทำงานของแต่ละบุคคลมีพลังมากขึ้น และดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่องจนบรรลุความต้องการของแต่ละบุคคล

อรพินทร์ และคณะ (2542: 3) ให้ความหมายของ แรงจูงใจภายใน ว่าหมายถึง ความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการเสาะแสวงหาของตนเอง โดยมีปัจจัยที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในงานเป็นแรงผลักดัน ไม่ต้องอาศัยรางวัลภายนอก หรือกฎเกณฑ์ภายนอกเป็นข้อบังคับ

Haywood and Switzky (1986 อ้างถึงใน อรพินทร์ และคณะ, 2542: 5) กล่าวว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจภายในเป็นบุคคลที่แสวงหาความพึงพอใจจากปัจจัยภายในงาน เช่น ความท้าทาย ความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ ความตื่นเต้น เป็นต้น ในขณะที่บุคคลที่มีแรงจูงใจภายนอกเป็นบุคคลที่มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจ โดยการยึดปัจจัยภายนอกของงาน เช่น ความง่าย ความสบาย ความปลอดภัย ความมั่นคง เป็นต้น

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวผู้ประกอบการแต่ละคน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ ทำให้ผู้ประกอบการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา มีเป้าหมายเพื่อการบรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ตนเองปรารถนา และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยไม่ต้องอาศัยรางวัลภายนอก หรือกฎเกณฑ์ภายนอกเป็น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจนั้นมีมากมายหลายทฤษฎีด้วยกัน โดยเป็นไปในทำนองเดียวกันบ้าง แตกต่างกันบ้าง ซึ่งอาจจำแนกออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ 1) กลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา 2) กลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่เน้นกระบวนการ 3) กลุ่มแนวคิดทฤษฎีการเสริมแรง และ 4) กลุ่มแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน ซึ่งมีเนื้อหาพอสังเขปดังนี้

1. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา

เป็นกลุ่มทฤษฎีที่พยายามบ่งชี้หรือกำหนดว่าอะไรที่เป็นเหตุทำให้มนุษย์สร้าง และรักษาพฤติกรรมนั้นไว้ สาเหตุนั้นอาจจะเนื่องมาจากสภาพภายในตัวบุคคลหรือสภาพแวดล้อมของการทำงาน สำหรับสาเหตุที่เกิดจากตัวบุคคลก็ได้แก่ความต้องการต่างๆ ซึ่งจะสร้างแรงขับต่างๆ รวมถึงการบ่งชี้ว่าความต้องการหรือแรงขับต่างๆ นั้นมีการจัดลำดับอย่างไร ดังนั้นจึงเรียกทฤษฎีกลุ่มนี้ว่าเป็นทฤษฎีแรงขับ ซึ่งเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับสภาวะความขาดแคลนในร่างกายมนุษย์ในระยะเวลาหนึ่ง อันเป็นเหตุทำให้ร่างกายต้องสร้างพฤติกรรม และพฤติกรรมนั้นจะเป็นพฤติกรรมที่มุ่งสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายโดยเฉพาะ สำหรับสาเหตุอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมก็ได้แก่ชนิดของสิ่งจูงใจหรือเป้าหมายที่บุคคลพยายามมุ่งไปสู่ ทั้งนี้เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการหรือแรงขับภายในตนเองนั่นเอง ในสมัยการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ เงินนั้นนับเป็นสิ่งจูงใจแต่เพียง

ประการเดียวก็ว่าได้ แต่ในระยะสมัยต่อมาโดยเฉพาะระยะสมัยมนุษยสัมพันธ์ สภาพการทำงาน ความมั่นคง และแบบของการควบคุมบังคับบัญชา โดยเฉพาะการควบคุมบังคับบัญชาแบบ ประชาธิปไตยก็นับเป็นสิ่งจูงใจด้วย ต่อมากลุ่มทฤษฎีนี้ก็ได้ขยายความครอบคลุมไปถึงความต้องการหรือแรงจูงใจในระดับสูง สำหรับทฤษฎีที่สำคัญซึ่งอยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่เน้นเนื้อหานี้ได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland เป็นต้น (สร้อยตระกูล, 2545 : 91)

1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

ในปี 1954 Maslow ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐาน 5 ชั้นของมนุษย์ และจะจูงใจด้วยการตอบสนองความต้องการเรียงตามลำดับจากระดับต่ำสุดไปสูงสุด คือ ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการความมั่นคงหรือปลอดภัย ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการในระดับถัดไป โดยมนุษย์จะมีพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นนั้นๆ เนื่องจากการที่ความต้องการตามแนวคิดทฤษฎีนี้ต้องขึ้นตามลำดับจากขั้นต่ำไปขึ้นสูง และความเชื่อที่ว่าความต้องการขั้นใดได้รับการตอบสนองแล้วก็จะไม่สามารถจูงใจได้อีกต่อไป ซึ่งกลายเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ทฤษฎีนี้มีหลักฐานที่จะมาสนับสนุนได้น้อยมาก (สร้อยตระกูล, 2545 : 91-100)

1.2 ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg

ในปี 1959 หลังจากที Maslow ได้ทำการศึกษาและเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจแล้ว Herzberg ก็ได้ทำการศึกษาเรื่องเดียวกัน โดยพิจารณาปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน โดยเฉพาะปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ การศึกษาของ Herzberg กระทำโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักบัญชีและวิศวกร จำนวนประมาณ 200 คน ในเขตเมือง匹ตเบอร์กร รัฐเพนซิลวาเนีย โดยแนวทางการสัมภาษณ์นั้นเป็นการขอให้ผู้ถูกสัมภาษณ์คิดถึงเวลาทำงานที่พวกเขามีความรู้สึกดีเป็นพิเศษ หรือไม่ดีเป็นพิเศษ โดยอาจจะเป็นงานที่ทำในปัจจุบัน หรือเคยทำมาก่อน อาจจะเป็นการทำงานในสถานการณ์ที่ยาวนานหรือสั้นๆ ก็ได้ ในที่สุด Herzberg ได้สรุปว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้นจะสัมพันธ์กับลักษณะในเนื้องาน โดยเรียกว่าปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการ

ทำงาน คือ ความสำเร็จ การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้า ลักษณะของตัวงาน ความรับผิดชอบ โอกาสที่จะเจริญเติบโต ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานนั้นจะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่อยู่นอกเนื้องาน โดยเรียกว่าปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกของบุคคลที่ป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน การให้ปัจจัยด้านนี้ไม่ใช่วิธีจูงใจที่ดีที่สุด แต่เป็นแค่การป้องกันความไม่พึงพอใจไม่ให้เกิดขึ้น ช่วยไม่ให้เกิดการขาดลา มาสาย ลาออกจากงานได้ ได้แก่ สภาพภาพ สัมพันธภาพกับผู้บังคับบัญชา สัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน สัมพันธภาพกับผู้ใต้บังคับบัญชา คุณภาพของการควบคุมบังคับบัญชา นโยบายและการบริหารของบริษัท ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน ค่าตอบแทน ทฤษฎีนี้มีความคล้ายคลึงกันกับทฤษฎีของ Maslow แต่ไม่จำเป็นจะต้องตอบสนองความต้องการตามลำดับจากปัจจัยภายนอกไปสู่ปัจจัยภายใน จะข้ามลำดับก็ได้ และความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วก็สามารถเกิดความต้องการนั้นได้อีก ไม่จำเป็นต้องหมดไปเหมือนทฤษฎีของ Maslow (สร้อยตระกูล, 2545: 100-101)

1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland

ในปี 1960 McClelland ได้อธิบายความต้องการของมนุษย์โดยมุ่งที่ความปรารถนาเพื่อ ความสำเร็จ ความผูกพัน และอำนาจ ซึ่งบุคคลมีการพัฒนาสิ่งเหล่านี้ขึ้น โดยเป็นผลจากประสบการณ์ของชีวิต McClelland พบว่า ในบริษัทขนาดเล็ก ประธานบริษัทมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมาก ขณะที่ในบริษัทขนาดใหญ่ ผู้บริหารระดับสูงมีความต้องการความสำเร็จระดับปานกลาง แต่มีความต้องการความผูกพันและอำนาจสูง และผู้บริหารในระดับกลางและระดับสูงกลับมีแรงจูงใจด้านความสำเร็จสูงกว่าตัวประธานบริษัทด้วย (สร้อยตระกูล, 2545: 108-109) โดยแบ่งชนิดของแรงจูงใจออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Needs for Achievement: nAch) หมายถึง ความต้องการของแต่ละบุคคลที่ต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จ บุคคลประเภทนี้จะมีลักษณะที่ชอบการแข่งขัน ชอบงานท้าทาย พยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความรับผิดชอบสูง มีความชำนาญในการวางแผน ถ้าบุคคลประสบความสำเร็จจะเกิดความรู้สึกสบายใจ แต่ถ้าประสบความสำเร็จล้มเหลวในการทำงาน จะเกิดความรู้สึกวิตกกังวล บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเป็นบุคคลที่มีเหตุผลใช้วิจารณ์อย่างรอบคอบ มีภาวะเสี่ยงในระดับที่เป็นไปได้ และจะทำงานเพื่องาน

1.3.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Needs for Affiliation: nAff) หมายถึง ความต้องการที่จะอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม ต้องการการยอมรับ และต้องการเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ต้องการความเป็นมิตรและมีสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลประเภทนี้ถ้าต้องการเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมจะมีสิ่งจูงใจด้านความเป็นมิตรสูง ชอบให้ความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน และจะประสบความสำเร็จในการทำงานได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากพวกพ้อง

1.3.3 แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Needs for Power: nPow) หมายถึง ความต้องการที่จะมีอิทธิพลและควบคุมบุคคลอื่น ต้องการเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจต่างๆ สามารถให้คำแนะนำและให้โทษแก่ผู้อื่นได้ ต้องการรับผิดชอบผู้อื่น บุคคลประเภทนี้ต้องการมีอำนาจสูงนี้จะพยายามมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นด้วยการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และมีความพอใจที่จะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันมากกว่า

McClelland กล่าวว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเกิดแรงผลักดัน มีความมุ่งมั่น อดทน เพื่อเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ดังนั้น McClelland จึงเน้นความสำคัญในเรื่องของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากกว่าแรงจูงใจด้านอื่นๆ เนื่องจากว่าบุคคลจะทำงานได้บรรลุผลสำเร็จนั้นจะต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง โดยได้รับแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพของการทำงานอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ดีขึ้น ผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

2. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่เน้นกระบวนการ

กลุ่มทฤษฎีที่เน้นกระบวนการนี้จะมีที่มาต่างจากกลุ่มทฤษฎีที่เน้นเนื้อหา โดยที่กลุ่มที่เน้นกระบวนการจะให้ความสำคัญกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึคนึกคิด ซึ่งจะมีส่วนในการจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเป็นอย่างมาก เช่น ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom และทฤษฎีความเสมอภาคของ John Stacy Adam (สร้อยตระกูล, 2545: 109)

2.1 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom

ในต้นปี 1960 Vroom ได้เสนอความเชื่อที่ว่า บุคคลจะกระทำสิ่งซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมาย ถ้าเชื่อในคุณค่าของเป้าหมาย และมองเห็นว่าจะบรรลุเป้าหมายได้อย่างไร โดยทฤษฎีนี้จะทำให้เกิดอำนาจ (Force) ซึ่งเป็นพลังที่ทำให้เกิดแรงจูงใจของบุคคล ได้ด้วยการทำให้เห็นคุณค่าของผลลัพธ์ (Valence) คูณด้วยความคาดหวัง (Expectancy) ซึ่งเป็นการกระทำบางอย่างที่เชื่อว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ ทฤษฎีนี้แสดงถึงความคาดหวังของบุคคล ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลพยายามทำในสิ่งที่ตนคาดหวังไว้ให้สำเร็จ โดยมีรางวัลที่มีคุณค่าเป็นสิ่งจูงใจ จุดอ่อนของทฤษฎีนี้ คือค่อนข้างจะยากในการนำไปปฏิบัติจริง เพราะค่านิยมจะแตกต่างกันตามเวลา และสถานที่ที่แตกต่างกันในแต่ละคน (สร้อยตระกูล, 2545: 112-115)

2.2 ทฤษฎีความเสมอภาคของ John Stacy Adam

ในปี 1965 Adam ได้เสนอทฤษฎีความเสมอภาค กล่าวว่า การทุ่มเทในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของความเสมอภาค (หรือความไม่เสมอภาค) ซึ่งบุคคลรับรู้ในสถานการณ์ของการทำงานหนึ่งๆ ความเสมอภาคจะมีอยู่ก็ต่อเมื่อบุคคลรับรู้สัดส่วนของผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์การกับสิ่งที่เขาทุ่มเทให้กับองค์การ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสัดส่วนของผลตอบแทนที่ผู้อื่นได้จากองค์การกับสิ่งที่ผู้อื่นทุ่มเทให้กับองค์การนั้นเท่ากัน และในทางตรงกันข้าม ความไม่เสมอภาคจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้สัดส่วนของผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์การกับสิ่งที่เขาทุ่มเทให้กับองค์การ กับสัดส่วนของผลตอบแทนที่ผู้อื่นได้จากองค์การกับสิ่งที่ผู้อื่นทุ่มเทให้กับองค์การนั้นไม่เท่ากัน (สร้อยตระกูล, 2545: 117-118)

3. กลุ่มทฤษฎีการเสริมแรง

ทฤษฎีการเสริมแรงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการเรียนรู้ กล่าวคือ พฤติกรรมนั้นอาจกำหนดได้ด้วยการให้รางวัลและการลงโทษที่เหมาะสมมากกว่าที่จะวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจหรือความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่ง Thorndike ได้เสนอไว้ในปี 1911 ว่าการตอบสนองต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์อย่างเดียวกัน การตอบสนองใดที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (รางวัล) พฤติกรรมนั้นก็ดูคล้ายจะเกิดขึ้นอีก ส่วนการตอบสนองใดที่ทำให้เกิดความไม่สบาย (ลงโทษ) พฤติกรรมนั้นก็ดูเหมือนจะไม่เกิดขึ้นอีก (สร้อยตระกูล, 2545: 118)

4. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายในเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอันหนึ่งที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลและ ความมีประสิทธิภาพของพฤติกรรมนั้น บุคคลมีแรงผลักดันที่ต่างกันในการแสดงพฤติกรรมแต่ละ อย่างออกมา ดังนั้นจึงมีแรงจูงใจหลายประเภทที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคล เช่น แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และแรงจูงใจใฝ่อำนาจ โดยเฉพาะเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ได้รับ การศึกษาอย่างแพร่หลายในประเทศไทยว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็น เรื่องการเรียนรู้และการทำงาน แต่การจะพัฒนาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้เกิดขึ้นกับบุคคลนั้น งานวิจัย ของ McClelland ให้ความสนใจในเรื่องการเปลี่ยนบุคลิกภาพ ซึ่งมีปัญหามากในทางปฏิบัติที่จะ เปลี่ยนบุคลิกภาพของบุคคลแต่ละคน (อรพินทร์ และคณะ, 2542: 1-2)

จากปัญหาเหล่านี้นักทฤษฎีทางด้านแรงจูงใจรุ่นใหม่ได้พัฒนาโครงสร้างแรงจูงใจที่ สามารถประยุกต์ใช้ได้ดียิ่งขึ้นในการเรียนรู้และการทำงาน นั่นก็คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมบางอย่างที่บุคคลทำกิจกรรมหรืองานต่างๆ ที่บุคคล นั้นไม่ได้รับรางวัลหรือแรงเสริมใดๆ แรงจูงใจภายในให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของงานหรือ กิจกรรมของงาน โดยที่คุณลักษณะของงานเป็นตัวกระตุ้นทำให้บุคคลเกิดความอยากรู้อยากเห็น สนใจ อยากรู้ เรียนรู้ รับผิดชอบ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ

นอกจากนี้ผลงานวิจัยจากต่างประเทศ ต่างก็รายงานผลที่สอดคล้องกันว่าแรงจูงใจ ภายในมีความสัมพันธ์กับความมานะพากเพียร ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความมีประสิทธิภาพ ของพฤติกรรม ประกอบกับการที่จะพัฒนาแรงจูงใจภายในนั้น ตามแนวคิดทฤษฎีนี้จะเน้นการ เปลี่ยนในเรื่องกิจกรรม และสถานการณ์มากกว่าเรื่องบุคลิกภาพ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงกิจกรรม และสถานการณ์ซึ่งเป็นเรื่องง่ายกว่าการเปลี่ยนบุคลิกภาพจึงสามารถเอื้อให้คนสามารถพัฒนา แรงจูงใจภายในได้ ทำให้แรงจูงใจสามารถเรียนรู้และพัฒนาได้จริงมากขึ้น

อย่างไรก็ตามในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจภายในนั้นมีหลากหลายแนวคิดที่อธิบายเกี่ยวกับ โครงสร้างของแรงจูงใจภายใน ทำให้ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจภายในบางส่วนค่อนข้าง คลุมเครือและขัดแย้งกันเอง ทั้งนี้เนื่องมาจากการขาดนิยามปฏิบัติการที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐาน ทำให้เกิดความไม่คงเส้นคงวาในการวัดโครงสร้างของแรงจูงใจภายใน อีกทั้งการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ

แรงงูใจภายในในประเทศไทยนั้นก็ยังมียุ่่น้อยมาก ทำให้องค์ความรู้ด้านแรงงูใจภายในพัฒนาไปได้อ้า่มาก

แรงงูใจภายในนั้นได้มีการกล่าวถึงตั้งแต่สมัยของ William James ซึ่งเป็่นนักจิตวิทยาเชิงประจักษ์ ได้อธิบายถึงประเด็นต่างๆ ของแรงงูใจในปี ค.ศ.1890 ว่าความสนใจมีบทบาทสำคัญนำไปสู่ความเอาใจใส่ และพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับความเชื่อในปัจจุบันที่ว่า เมื่อบุคคลมีความสนใจแล้วจะถูกงูใจภายใน โดยในปี 1918 Wordworth นักจิตวิทยาคนแรกได้อ้างกรอบทฤษฎีที่กล่าวถึงพฤติกรรมที่ได้รับการงูใจภายในว่า กิจกรรมสามารถได้รับการริเริ่มจากการงูใจภายนอกได้ แต่สามารถกลายมาเป็นการทำกิจกรรมด้วยการงูใจภายในได้ นั่นคือการทำกิจกรรมโดยอิสระและทำอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในยุคนี้สมมติฐานนี้ก็ได้รับความสนใจเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (อรพินธ์ และคณะ, 2542: 7-9)

ในช่วงก่อน ค.ศ.1950 แนวคิดและทฤษฎีแรงงูใจภายในใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทางคลินิกกับคน หรือการทดลองในห้องทดลองกับหนู โดยเน้นทฤษฎีแรงขับต่างๆ ในการอธิบายพฤติกรรม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมทั้งหมดเกิดจากการถูกงูใจโดยแรงขับ เช่น ทฤษฎีแรงขับของ Freud ซึ่งเน้นแรงขับทางเพศ และความก้าวร้าว ทฤษฎีของ Hull ที่เน้นแรงขับความหิว ความกระหายทางเพศ และการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด ทฤษฎีแรงขับสมัยนี้ใช้อธิบายวิวัฒนาการของโรค และการเรียนรู้ของสัตว์ งานวิจัยต่อมาจำนวนมากแสดงให้เห็นว่าทฤษฎีแรงขับเพียงอย่างเดียวไม่พอที่จะอธิบายพฤติกรรมที่ซับซ้อนได้

ในปี ค.ศ.1959 White ได้เสนอแนวคิดเรื่อง แรงงูใจไฟ้สามารถ ซึ่งเป็นแหล่งพลังงานภายในตัว ซึ่งจะงูใจให้เกิดพฤติกรรมที่หลากหลาย และเป็นศูนย์กลางทางพัฒนาการส่วนใหญ่ของเด็ก และมองว่าโดยธรรมชาติคนกระตือรือร้น มีพลังอำนาจ และริเริ่มพฤติกรรมเอง ตามแนวคิดนี้บุคคลมีความต้องการภายใน และความต้องการภายในเหล่านี้จะให้พลังในการกระทำสิ่งต่างๆ หรือจัดการกับสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งต่างจากมุมมองของทฤษฎีในสมัยก่อนที่มองว่าคนเลื้อยชาต้องถูกผลักดันโดยแรงขับทางกาย และสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอก แนวคิดทฤษฎีนี้ไม่อิงแรงขับ และไม่ต้องการแรงเสริม เพื่อการคงอยู่ของพฤติกรรม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงงูใจภายในแบ่งได้เป็่น 4 ประเภท (อรพินธ์ และคณะ, 2542: 8) ดังนี้คือ

4.1 แนวคิดการกระตุ้นเร้าที่เหมาะสม

เสนอว่าแรงงูใจภายในจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดในสถานการณ์ที่มีการกระตุ้นเร้าระดับปานกลาง ซึ่งมีอยู่ 2 แนวคิดทฤษฎี (อรพินทร์ และคณะ, 2542: 8-10) ดังนี้

4.1.1 แนวคิดการปลุกเร้าที่เหมาะสม

ผู้ที่เสนอแนวคิดกลุ่มนี้มีหลายท่านคือ Hebb ในปี 1955 Lenba ในปีเดียวกัน Fiske and Maddi ในปี 1961 เสนอว่ามนุษย์จะแสวงหาระดับการปลุกเร้าที่พอเหมาะหรือที่ต้องการ ระดับของการปลุกเร้านั้นมาจากสิ่งเร้าภายนอก ถ้าระดับการปลุกเร้าต่ำเกินไปเมื่อเทียบกับระดับความต้องการของตน บุคคลจะถูกงูใจให้มีพฤติกรรมในทางที่จะเพิ่มระดับของการปลุกเร้า ในทำนองเดียวกัน ถ้าระดับของการปลุกเร้ามากกว่าระดับที่ต้องการ บุคคลจะพยายามถอนตัวจากสถานการณ์ที่ปลุกเร้านั้นหรือพยายามลดให้สถานการณ์นั้นลงไปอยู่ในระดับที่ต้องการ เช่น เมื่อทำงานเปิดวิทยุเสียงดัง บุคคลจะย้ายงานไปในที่สงบ หรือปิดวิทยุที่เสียงดังนั้นเสีย) แนวคิดนี้มองพฤติกรรมที่ถูกงูใจภายในเป็นพฤติกรรมที่จะเพิ่มหรือลดสิ่งเร้าทางสรีระจากประสบการณ์ของบุคคล เพื่อให้อยู่ในระดับที่ต้องการ

4.1.2 แนวคิดความไม่สอดคล้องที่พอเหมาะ

ผู้ที่เสนอแนวคิดกลุ่มนี้คือ Dember และ Earl ในปี 1957 Hunt ในปี 1965 ซึ่งจะยึดหลักแนวการรู้คิด (Cognitive Tradition) ในการอธิบายพฤติกรรมที่ถูกงูใจภายใน ความไม่สอดคล้องของโครงสร้างทางจิต ซึ่งเป็นความไม่สอดคล้องระหว่างโครงสร้างทางความรู้คิดของตนกับความเชื่อ ความคิด การรับรู้ ค่านิยม หรือพฤติกรรม หรือเป็นความไม่สอดคล้องระหว่างโครงสร้างทางความรู้คิดกับสิ่งเร้า บุคคลจะถูกดึงดูดโดยสิ่งเร้าที่ให้ความไม่สอดคล้องทางจิตในระดับพอเหมาะ บางครั้งคนจะแสดงพฤติกรรมเพื่อลดการไม่สอดคล้องหรือความไม่แน่นอน แต่บางครั้งก็จะแสดงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องหรือความไม่แน่นอนด้วย อย่างไรก็ตาม Hunt ได้เสนอว่าพฤติกรรมที่ถูกสร้างโดยความไม่สอดคล้องระหว่างโครงสร้างภายในและสิ่งเร้านี้จะสิ้นสุดพฤติกรรมเมื่อมีความสอดคล้อง ซึ่งไม่เหมาะกับแนวคิดหลักของแรงงูใจภายใน จึงได้เสนอแนะว่าแนวคิดเรื่องความซับซ้อนและการท้าทายที่พอเหมาะกับความสามารถจะเหมาะสมกว่าในเรื่องแรงงูใจภายใน ซึ่งมองคนว่ากระตือรือร้นโดยธรรมชาติ ซึ่งจุดอ่อนของแนวคิดนี้คือไม่ได้

กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ และแม้จะสามารถอธิบายทิศทางของพฤติกรรมได้ แต่ก็ไม่ได้กล่าวถึงพลังในการผลักดันให้เกิดพฤติกรรม

4.2 แนวคิดความต้องการ อารมณ์ความรู้สึก และสิ่งจูงใจในงาน

แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มองแรงจูงใจภายในว่าเป็นความต้องการและความรู้สึกซึ่งเป็นเรื่องทางจิตใจมากกว่าทางสรีระ แนวคิดหลักๆ เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ที่จะมีความเป็นอิสระ และมีการปฏิสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลกับสภาพแวดล้อม ความรู้สึกในเรื่องของความสนใจและความเพลิดเพลินที่จะผสมผสานเข้าไปในความต้องการ ตลอดจนมองแรงจูงใจภายในว่าเป็นเรื่องของคุณลักษณะภายในงาน (ออร์พินท์ และคณะ, 2542: 10-15) ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดต่างๆ 4 แนวคิด ได้แก่

4.2.1 แนวคิดความต้องการมีความสามารถ

ในปี 1959 White ได้เสนอแนวคิดที่ว่า ความต้องการมีความสามารถเป็นแนวโน้มการจูงใจพื้นฐานที่ให้พลังที่หลากหลายในการทำพฤติกรรมที่ไม่อิงแรงขับ พลังเหล่านี้คือแรงจูงใจใฝ่สามารถ ซึ่งสอดคล้องกับความรู้สึกว่ามีความสามารถที่มีประสิทธิผล ซึ่งอาจจะเรียกชื่อได้ว่าแรงจูงใจใฝ่สามารถ หรือแรงจูงใจใฝ่รอบรู้ โดยความสามารถเป็นผลลัพธ์ที่สั่งสมมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคลกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยการสำรวจ การเรียนรู้ และการปรับตัวของบุคคล

ในปี 1975 Deci ได้เสนอแนะว่าความต้องการมีความสามารถนั้นทำให้คนแสวงหาและเอาชนะสิ่งที่ท้าทายต่างๆ ที่เหมาะสมตามความสามารถ

ในปี 1983 Harter กล่าวว่าความสามารถของ White นั้นกว้างเกินไป ควรแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ ความชอบสิ่งที่ท้าทาย ความอยากรู้อยากเห็น และความรอบรู้อย่างอิสระ โดยได้เสนอทฤษฎีทั่วไปของแรงจูงใจที่มีประสิทธิผล หรือแรงจูงใจใฝ่สามารถ และแรงจูงใจใฝ่รอบรู้ ซึ่งเป็นการประยุกต์ในด้านนิยามและความเข้าใจพัฒนาการของแรงจูงใจภายในและภายนอกในเด็ก เขาเชื่อว่าพัฒนาการของแรงจูงใจภายในเป็นผลมาจากการเสริมแรงทางบวกหรือการยอมรับจากผู้ใหญ่ ทำให้เกิดความพยายามที่จะรอบรู้อย่างอิสระ สิ่งเหล่านี้ในตอนต้นของพัฒนาการนั้นจะทำให้เด็กพัฒนาความรู้สึกว่ามีความสามารถ และสามารถควบคุมความสำเร็จหรือ

ความล้มเหลวของตนเองได้ เด็กจะซึมซับระบบที่สำคัญ 2 ระบบ คือ ระบบการให้รางวัลตนเอง และระบบของเป้าหมายมาตรฐานหรือเป้าหมายที่รอบรู้ ซึ่งจะช่วยให้เด็กลดการพึ่งพาการเสริมแรงทางสังคมจากภายนอก

ในขณะที่เด็กที่ถูกใจภายนอกนั้นจะไม่สามารถพัฒนาระบบที่สำคัญเหล่านี้ได้ เพราะผู้ใหญ่ในชีวิตของเด็กเหล่านี้ไม่ได้ให้รางวัลหรือไม่แสดงการยอมรับความพยายามที่จะรอบรู้อย่างอิสระของเด็ก ดังนั้นพฤติกรรมที่พึ่งพาจึงถูกเสริมแรง เด็กในสถานการณ์นี้จะเพิ่มความต้องการที่แรงกล้าสำหรับการยอมรับจากภายนอก และพึ่งพาเป้าหมายทางพฤติกรรมที่ถูกกำหนดจากภายนอก สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความรู้สึกของเด็กที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำ และรับรู้ว่าคุณคนอื่นและเหตุการณ์ภายนอกควบคุมสิ่งที่เกิดขึ้นกับเด็กได้ ดังนั้นแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพจะถูกลดลงและสับสนเมื่อแรงจูงใจภายนอกถูกพัฒนา

4.2.2 แนวคิดความสนใจ-ความตื่นตัว และการค้นหา

มุมมองนี้เป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดและมีอารมณ์เป็นตัวเริ่มต้นพฤติกรรมที่ถูกใจจากภายใน หรือสิ่งที่เกิดร่วมกับพฤติกรรมที่ถูกใจจากภายใน ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับ ความสนใจ ความเพลิดเพลิน และความเกี่ยวข้องผูกพันโดยตรงกับพฤติกรรม ซึ่งใช้เป็นหลักในการอธิบายแรงจูงใจภายใน

ในปี 1977 Izard ได้เสนอว่าอารมณ์ของมนุษย์มีแตกต่างกัน 10 อารมณ์ ซึ่งแต่ละอารมณ์จะเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและพฤติกรรม โดยความสนใจและความตื่นตัวถือเป็นรากฐานของพฤติกรรมที่ถูกใจภายใน เนื่องจากความสนใจเกี่ยวข้องกับทุกครั้งที่บุคคลมุ่งตรงไปที่วัตถุ และแสดงบทบาทที่สำคัญในการขยายความใส่ใจและกำหนดแนวทางในการใส่ใจ ความสนใจ-ตื่นตัวนี้สามารถกระตุ้นพฤติกรรมหลายประเภทที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจและการทดลอง โดยเฉพาะภายใต้เงื่อนไขของความใหม่และความอิสระจากการเรียกร้องของแรงขับและอารมณ์อื่นๆ

ในปี 1978 Csikszentmihalyi ได้กล่าวว่า กิจกรรมที่ถูกใจจากภายใน คือ ลักษณะที่เพลิดเพลิน รางวัลสำหรับกิจกรรมนั้น คือประสบการณ์ความเพลิดเพลินในกิจกรรมนั้นๆ โดยความเพลิดเพลินที่แท้จริงนั้นประกอบด้วยประสบการณ์ความต้องการที่ค้นหา ซึ่งเป็น

ความรู้สึกโดยรวมที่ไม่อยู่นิ่ง มีลักษณะเฉพาะของการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั่นเอง สภาพการล้นไหลของการกระทำและประสบการณ์นั้นจะดำเนินไปอย่างราบเรียบจากช่วงเวลาหนึ่งไปยังช่วงเวลาถัดไป และดูเหมือนว่าจะไม่สามารถแยกบุคคลและกิจกรรมออกจากกันได้อย่างชัดเจน งานวิจัยที่เสนอโดย Csikszentmihalyi เสนอแนะว่าสภาพการล้นไหลนั้นจะเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขเฉพาะบางอย่าง เงื่อนไขที่สำคัญที่สุดคือความท้าทาย กิจกรรมที่บุคคลนั้นต้องการที่จะท้าทายมากที่สุด โดยคำนึงถึงความสามารถของตนจะทำให้เกิดความเพลิดเพลินและการล้นไหลที่เกี่ยวข้องกับงานมากที่สุด และถ้ากิจกรรมนั้นง่ายเกินไป หรืออยู่ห่างความสามารถที่มีอยู่ในขณะนั้นจะทำให้บุคคลเกิดความวิตกกังวลและทำลายการล้นไหล กล่าวโดยสรุปได้ว่า คนจะถูกจูงใจภายในภายใต้เงื่อนไขที่ท้าทายและบุคคลนั้นต้องการมากที่สุด ความสนใจและความเพลิดเพลินเป็นอารมณ์หลักที่ไปด้วยกันกับแรงจูงใจภายใน เมื่อบุคคลถูกจูงใจภายในอย่างสูง บุคคลนั้นจะสนใจกับสิ่งที่ทำอยู่ และเกิดประสบการณ์ความรู้สึกของการล้นไหลเกิดขึ้น

4.2.3 แนวคิดความต้องการที่จะลิขิตตนเอง

พฤติกรรมที่ถูกจูงใจภายในให้ความสำคัญกับการมีความสามารถและความสนใจ แต่พฤติกรรมที่ไม่ได้ถูกจูงใจภายในหลายพฤติกรรมอาจมุ่งการมีความสามารถและบางพฤติกรรมอาจจูงใจด้วยความสนใจ ตามแนวคิดนี้บุคคลจะต้องรู้สึกเป็นอิสระจากแรงกดดัน เช่น รางวัล หรือเงื่อนไขที่ผูกมัดต่างๆ แรงจูงใจภายในจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีประสบการณ์ในการกระทำที่รับรู้ถึงความเป็นตัวของตัวเอง และไม่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของการควบคุมหรือการเสริมแรง นักทฤษฎีหลายท่านยืนยันว่ากิจกรรมที่ถูกจูงใจภายในนั้นอยู่บนพื้นฐานของความต้องการที่จะลิขิตด้วยตนเอง

แนวคิดนี้ให้ความสนใจทั้งพลังและทิศทางของพฤติกรรม และยังคำนึงถึงความต้องการพื้นฐานทางจิตที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวมนุษย์ ทฤษฎีนี้จะเน้นความต้องการที่ติดตัวเบื้องต้น 3 ประการ ดังนี้

1) ความต้องการมีความสามารถ เกี่ยวข้องกับการเข้าใจวิธีการที่จะบรรลุผลลัพธ์ภายในและภายนอก

2) ความต้องการมีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสัมพันธ์ที่พึงพอใจและมั่นคงกับคนอื่นๆ ในสังคม

3) ความเป็นตัวของตัวเอง หรือการลิขิตด้วยตนเอง หมายถึง การริเริ่มด้วยตนเอง และการควบคุมการกระทำด้วยตนเอง

ความต้องการที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมหรือผลลัพธ์ไม่ใช่สิ่งเดียวกับความ ต้องการที่จะลิขิตด้วยตนเอง ถึงแม้จะมีหลักฐานว่าความต้องการทั้งสองเรื่องนี้เกี่ยวข้องกัน การควบคุมหมายถึงการผูกพันเงื่อนไขระหว่างพฤติกรรมและผลลัพธ์ที่บุคคลนั้นจะได้รับ ขณะที่การลิขิตด้วยตนเองหมายถึงประสบการณ์ที่เป็นอิสระในการสร้างสรรค์พฤติกรรมของตนเอง มีการเลือกได้ บุคคลมีการควบคุมเมื่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นให้ผลลัพธ์ที่ดังใจอย่างมั่นใจ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ประกันว่าเป็นการลิขิตด้วยตนเอง เพราะว่าบุคคลถูกควบคุมด้วยผลลัพธ์ ดังนั้นแรงจูงใจภายในใช้คำว่าความต้องการลิขิตด้วยตนเอง มากกว่าความต้องการการควบคุม กล่าวคือบุคคลต้องการที่จะเป็นอิสระจากการพึ่งพาผลลัพธ์ เป็นอิสระจากเงื่อนไขการเสริมแรง แรงขับหรือแรงกดดันที่จะเป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคล ถ้าบุคคลรู้สึกว่าจะมีความกดดันที่จะบรรลุผลลัพธ์บางอย่าง หรือรู้สึกกดดันที่จะทำการควบคุมหรือถูกบังคับ บุคคลเหล่านี้จะไม่ใช่เป็นบุคคลที่ลิขิตด้วยตนเอง

4.2.4 แนวคิด แรงจูงใจภายในงาน

ในปี 1986 Haywood and Switzky ได้เสนอแนวคิดแรงจูงใจภายในงาน โดยมีแนวคิดว่าคุณคนมีแนวโน้มว่าจะแสดงสภาวะแรงจูงใจเฉพาะอย่าง ไม่ว่าสถานการณ์ใดอาจเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ หรือลักษณะทางบุคลิกภาพที่ค่อนข้างคงตัว กล่าวคือ แรงจูงใจภายในเป็น การประพฤติ การทำงาน การเรียนรู้ การแก้ไขปัญห การเสาะแสวงหา และการปรับเปลี่ยนการกระทำใหม่ พากเพียรในงาน และประมวลผลข้อมูลเพื่อความพึงพอใจทางจิตใจ ในการทำสิ่งเหล่านี้มากกว่าโอกาสที่จะได้รับความมั่นคงจากรางวัลภายนอกงาน ซึ่ง Hunt ได้เสนอไว้ในปี 1965 ว่าแรงจูงใจที่ซ่อนเร้นในการประมวลผลข้อมูล และการกระทำนั้นคือสิ่งที่ Haywood et al. เรียกว่าแรงจูงใจภายในนั่นเอง ระบบสิ่งจูงใจที่ทำให้คนอาจแปรเปลี่ยนจากสถานการณ์หนึ่งไปยังสถานการณ์หนึ่งในวิถีทางที่บุคคลเสาะแสวงหา หรือตอบสนองสิ่งจูงใจภายในหรือภายนอกงาน โดยเสนอว่า แนวโน้มที่จะตอบสนองหรือเสาะแสวงหาสิ่งจูงใจเช่นนั้นบ่งบอกถึงลักษณะของบุคคล

ได้ทุกสถานการณ์ วัดได้ และเป็นลักษณะที่ค่อนข้างคงตัวในบุคคลนั้น ดังนั้นในงานของ Haywood et al. จึงเป็นตัวแปรลักษณะของแรงจูงใจ ที่มีต่อสิ่งจูงใจภายในงาน และภายนอกงาน ซึ่งประกอบกันเป็นลักษณะของบุคลิกภาพ

ทุกคนจะมีแรงจูงใจทั้งสองชนิดนี้อยู่ และจะตอบสนองต่อสิ่งจูงใจทั้งสองชนิดในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยที่ตัวแปรคุณลักษณะหมายถึง ความสมดุลเชิงเปรียบเทียบ สัมพันธ์ของตัวบุคคลนั้นต่อแรงจูงใจทั้งสองประเภทในการเลือกสิ่งจูงใจ ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสวงหาและตอบสนองต่อสิ่งจูงใจที่แตกต่าง ไม่มีใครที่จะมีแรงจูงใจภายในหรือแรงจูงใจภายนอกเพียงอย่างเดียว แนวคิดเรื่องแรงจูงใจภายในของ Haywood ได้มาจากทฤษฎีสองปัจจัยของแรงจูงใจในงานที่สร้างโดย Herzberg ที่ศึกษาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในงานของคณงานอุตสาหกรรม โดยการสอบถามคณงานให้ถึงเวลาที่คณงานพอใจในงานและไม่พอใจในงาน และให้คณงานระบุถึงตัวแปรที่เป็นสาเหตุทำให้คณงานเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในงาน ช่วงเวลาที่คณงานไม่พึงพอใจจะเกิดจากสิ่งประกอบเหล่านี้คือ การจ้างเงินที่ต่ำ สภาพะการที่งานที่แย ไม่สบาย ที่ทำงานไม่มีสุขลักษณะ หรือมีอันตราย และขาดความมั่นคงปลอดภัย นั่นคือบริบทของงาน เงื่อนไขเหล่านี้มีอยู่ภายนอกตัวงาน แต่ในช่วงที่คณงานพึงพอใจในงานนั้น แทนที่คณงานจะอ้างถึงสิ่งตรงข้ามกับสภาวะภายนอกงานที่ไม่พึงพอใจ คณงานกลับระบุตัวแปรภายในงาน ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจทางจิตใจที่อิสระในการทำงาน โอกาสที่จะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ โอกาสที่จะสร้างสรรค์งาน งานที่มีความรับผิดชอบ หรือมีประสบการณ์สุนทรียะในงาน โดยที่ Herzberg เห็นว่าตัวแปรเหล่านี้ไม่ได้อยู่ในมิติเดียวที่เป็น 2 ขั้ว แต่ประกอบไปด้วยมิติที่ไม่คาบเกี่ยวกัน 2 มิติ คือ ตัวจูงใจ ซึ่ง Haywood et al. หมายถึงแรงจูงใจภายในงาน ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงานและการปฏิบัติงานของบุคคลในหน่วยงานอุตสาหกรรม

4.3 ทฤษฎีการประเมินผลการรู้คิด

ทฤษฎีการประเมินผลการรู้คิด เสนอแนะว่าการลิขิตด้วยตนเอง และการมีความสามารถเป็นประเด็นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจูงใจภายใน ทฤษฎีได้วิเคราะห์การริเริ่มเหตุการณ์ และเหตุการณ์ที่ควบคุมจัดระบบในรูปของอิทธิพลที่ส่งผลต่อ การรับรู้สาเหตุ และการรับรู้ความสามารถ โดยเหตุการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจภายในที่แตกต่างกันมีลักษณะดังต่อไปนี้

4.3.1 เหตุการณ์ที่ส่งเสริมแรงงูใจภายใน โดยให้ความสำคัญในเรื่องข่าวสารข้อมูล ได้แก่ การเลือก และข้อมูลป้อนกลับทางบวก เหตุการณ์เหล่านี้เอื้อความสามารถในการลิขิตด้วยตนเอง

4.3.2 เหตุการณ์ที่ทำลายแรงงูใจภายใน โดยให้ความสำคัญในเรื่องการควบคุม ได้แก่ รางวัล การกำหนดเส้นตาย การตรวจตราสอดส่อง เหตุการณ์เหล่านี้เป็นแรงกดดันกับบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เจาะจง และเหตุการณ์เหล่านี้มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมการยอมตามภายนอก หรือการต่อต้าน

4.3.3 เหตุการณ์ที่ทำลายแรงงูใจภายใน โดยการให้ความสนใจกับสิ่งที่ไม่งูใจ ได้แก่ การให้ข้อมูลย้อนกลับทางลบ

กล่าวโดยสรุป คือ ทฤษฎีนี้เสนอว่า สภาพแวดล้อมที่ให้การท้าทายที่พอเหมาะ ให้ข้อมูลย้อนกลับที่ส่งเสริมความสามารถ และการสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นตัวของตัวเอง จะเอื้อต่อแรงงูใจภายใน และน่าจะส่งเสริมพัฒนาการของแรงงูใจภายในด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์เช่นการให้รางวัล การกำหนดเส้นตาย หรือการให้ข้อมูลย้อนกลับ ผู้รับอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ประเภทนี้ ได้แก่ การไม่ถือว่าเป็นข่าวสารข้อมูล เป็นการควบคุม และเป็นการไม่งูใจ โดยทั่วไปรางวัลมีแนวโน้มที่จะเป็นประสบการณ์ที่ผู้รับได้รับการควบคุมและทำให้แรงงูใจลดลง แต่ถ้ารางวัลถูกเสนอในรูปแบบที่ผู้รับถือว่าเป็นข่าวสารข้อมูลแล้ว จะช่วยส่งเสริมแรงงูใจภายใน ในทำนองเดียวกัน ข้อมูลย้อนกลับทางบวกมีแนวโน้มที่ผู้รับจะได้รับประสบการณ์ในรูปแบบที่ผู้รับถือว่าเป็นข้อมูลข่าวสาร แต่ข้อมูลย้อนกลับทางบวกสามารถมองในรูปการควบคุมก็ได้ โดยการกล่าวผลการปฏิบัติงานของบุคคลคนนั้นเปรียบเทียบกับสิ่งที่ควรจะเป็น ทฤษฎีการประเมินผลการรู้คิดนี้ได้เสนอแนะเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ด้วยว่าจะส่งผลต่อการแปลความหมาย และมีผลกระทบต่อแรงงูใจ

4.4 แนวคิดแรงงูใจภายในจากการศึกษาของอรพินทร์ และคณะ

เนื่องจากบุคคลมีแรงผลักดันที่ต่างกันในการแสดงพฤติกรรมแต่ละอย่างออกมา ดังนั้นจึงมีแรงงูใจหลายประเภทที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะแนวคิดทฤษฎีแรงงูใจไฟ้สัมผัสของ McClelland ได้รับการศึกษาอย่างแพร่หลายมากในประเทศไทยว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่มีประสิทธิผลไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียนรู้และการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาแรงงูใจไฟ้สัมผัสให้เกิดขึ้นกับบุคคลนั้นทำได้ยาก เพราะแนวคิดทฤษฎีนี้เน้นที่การเปลี่ยนบุคลิกภาพ จึงมีปัญหามากในทางปฏิบัติ ซึ่งต่างจากแนวคิดทฤษฎีแรงงูใจภายใน ที่สามารถอธิบายพฤติกรรมที่มีประสิทธิผลของบุคคลได้เช่นเดียวกัน และยังสามารถพัฒนาบุคคลได้ง่ายกว่าในทางปฏิบัติ โดยแนวคิดทฤษฎีแรงงูใจภายในเน้นที่การเปลี่ยนกิจกรรม และสถานการณ์แทนบุคลิกภาพ อรพินทร์ และคณะ (2542: 42-45) จึงทำการศึกษาแรงงูใจภายใน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาแบบวัดแรงงูใจภายในให้มีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ วิเคราะห์องค์ประกอบของแรงงูใจภายใน เปรียบเทียบแรงงูใจภายในของบุคคลจำแนกตามเพศและอายุ และสร้างเกณฑ์ปกติของแรงงูใจภายใน ซึ่งมีรายละเอียดของการศึกษาวิจัยดังนี้

อรพินทร์ และคณะ (2542: 42-45) ทำการศึกษาแรงงูใจภายในกับกลุ่มอาจารย์จำนวน 573 คน และนักเรียน จำนวน 1,625 คน จากโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2540 – 2541 โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีของ Haywood and Burke, Harter, Deci and Ryan พบว่า เครื่องมือหรือแบบวัดแรงงูใจภายในของอาจารย์ และนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความต้องการสิ่งท้าทาย หมายถึง บุคคลที่มีแรงงูใจภายในเป็นบุคคลที่ชอบหรือต้องการงานที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำเดิม และงานนั้นมีความยากง่ายพอเหมาะกับความสามารถ
2. ความสนใจ-ผลิตเพลิน หมายถึง บุคคลที่มีแรงงูใจภายในเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น ตลอดจนมีความสุข พอใจและผลิตเพลินในการทำงานหรือกิจกรรมที่น่าสนใจ
3. ความเป็นตัวของตัวเอง หมายถึง บุคคลที่มีแรงงูใจภายในเป็นบุคคลที่ชอบความมีอิสระในการคิดและการกระทำ และชอบริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง

4. ความต้องการมีความสามารถ หมายถึง บุคคลที่มีแรงงูใจภายในเป็นบุคคลที่ต้องการมีประสิทธิผลในการจัดการกับสภาพแวดล้อม ต้องการที่จะเรียนรู้ พัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง

5. ความมุ่งมั่น หมายถึง บุคคลที่มีแรงงูใจภายในเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้บรรลุผลด้วยความสามารถของตนเอง มีความยึดมั่นทุ่มเทให้กับงานโดยไม่หวังผลตอบแทนภายนอก ซึ่งความสำเร็จจากงานเป็นแรงบันดาลใจภายในมากกว่ารางวัลหรือเกียรติยศภายนอก

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

แบบวัดแรงงูใจภายในสามารถจำแนกคนที่ได้คะแนนแรงงูใจภายในสูงออกจากคนที่ได้คะแนนแรงงูใจภายในต่ำได้ แบบวัดแรงงูใจภายในรายข้อ มีอำนาจจำแนกที่พอเพียงจนถึงมีอำนาจจำแนกสูง นอกจากนี้ยังพบว่าแรงงูใจภายในวัดในโครงสร้างเดียวกัน แบบวัดแรงงูใจภายในควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ แรงงูใจภายในด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ด้านความสนใจ-ผลิตเพลิน ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความต้องการมีความสามารถ และด้านความมุ่งมั่น โดยทั้ง 5 ด้าน ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดของแบบวัดแรงงูใจภายในได้ร้อยละ 33.14 สำหรับกลุ่มนักเรียน และร้อยละ 42.81 สำหรับกลุ่มผู้ใหญ่ โมเดลการวัดแรงงูใจภายใน 5 องค์ประกอบ หรือ 5 มิติ ได้แก่ แรงงูใจภายในด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ความสนใจ-ผลิตเพลิน ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการมีความสามารถ และความมุ่งมั่น มีความสอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูลได้อย่างเพียงพอ ทั้งกลุ่มนักเรียน และกลุ่มผู้ใหญ่ แสดงว่าแบบวัดแรงงูใจภายในสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎี หรือมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบวัดแรงงูใจภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการวัดแรงงูใจด้วยภาพ ความเชื่ออำนาจในตน คุณค่าในตน ความคิดสร้างสรรค์ และบุคลิกภาพทางการคิด แสดงว่าแบบวัดแรงงูใจภายในมีความเที่ยงตรงเชิงเอคนัย นอกจากนี้แบบวัดแรงงูใจภายในยังมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเศร้า หดหู่ และความวิตกกังวล และพบว่าแบบวัดแรงงูใจภายในไม่มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพเก็บตน-แสดงตน และแบบวัดแรงงูใจภายในปราศจากอคติ เนื่องจากเป็นอิสระจากการตอบตามความต้องการของสังคม ความเชื่อมั่นของแบบวัดแรงงูใจภายในชนิดความสอดคล้องภายใน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าเท่ากับ .83 สำหรับฉบับนักเรียน และ .93 สำหรับฉบับผู้ใหญ่ และมีค่าความเชื่อมั่นชนิดความคงที่ ใช้วิธีการสอบซ้ำโดยทิ้งระยะเวลาห่างกัน 1 เดือน มีค่าเท่ากับ .76 สำหรับฉบับนักเรียน และ .71 สำหรับฉบับผู้ใหญ่ นักเรียนที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัน

มีแรงจูงใจภายในแตกต่างกัน โดยนักเรียนหญิงมีแรงจูงใจภายในรวม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการมีความสามารถ และด้านความมุ่งมั่นสูงกว่านักเรียนชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยยังพบว่าแรงจูงใจภายในของนักเรียนยังเพิ่มขึ้นตามระดับอายุ หรือระดับการศึกษา ในกลุ่มผู้ใหญ่ว่า ผู้ใหญ่ตอนกลาง (41-49 ปี) มีแรงจูงใจภายในด้านความมุ่งมั่นสูงกว่าผู้ใหญ่ที่อายุน้อยกว่า (น้อยกว่า 41 ปี) มีเกณฑ์ปกติ เปอร์เซนไทล์ คะแนนมาตรฐานซี และคะแนนที ของแรงจูงใจภายในไว้ให้จำแนกตามกลุ่มและเพศ โดยมีพิสัยของคะแนนแบบวัดแรงจูงใจภายในอยู่ในช่วง 45 ถึง 225 คะแนน มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 161 สำหรับกลุ่มนักเรียน (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มนักเรียนเท่ากับ 16.03) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 176 สำหรับกลุ่มผู้ใหญ่ (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มผู้ใหญ่เท่ากับ 18.96) คะแนนแรงจูงใจภายในโดยรวม มีการกระจายเป็นรูปโค้งปกติโดยประมาณทั้งกลุ่มนักเรียน และกลุ่มผู้ใหญ่

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดแรงจูงใจภายในจากการศึกษาวิจัยของ อรพินทร์ และคณะ (2542) โดยนำองค์ประกอบแรงจูงใจภายในมาสร้างแบบสอบถามวัดแรงจูงใจภายในขึ้นเอง ให้เหมาะสมกับบริบทของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ทั้งนี้เนื่องมาจากแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจภายในนั้นมีความเหมาะสมในการนำมาใช้วัดกับกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการ โดยแรงจูงใจภายในนั้นส่งผลต่อความมานะพากเพียร และความมีประสิทธิภาพของพฤติกรรม อีกทั้งยังสามารถนำไปพัฒนาบุคคลให้เกิดแรงจูงใจภายในได้ง่ายในทางปฏิบัติด้วย

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์สำคัญในชีวิตธุรกิจสมัยใหม่ โดยเป็นผู้สร้างงาน ประดิษฐ์คิดค้น บุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเป็นผู้จูงชวนความเติบโตทางเศรษฐกิจ ในมิติต่างๆ นานัปการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ใช้พลังความสามารถทั้งหมดของตนเองเผชิญกับความเสี่ยง และความไม่แน่นอน เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่กิจการของเขา ในแต่ละปีจะมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากได้เปิดกิจการเป็นของตนเอง ซึ่งกลไกดังกล่าวได้มีส่วนช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ (อำนาจ, 2546: 3)

ความหมายของคุณลักษณะ

สถิติ และคณะ (2546: 4) ให้ความหมายของ คุณลักษณะ ว่าเป็น หลักการ ปรัชญา คติ พจน์ คติธรรม คติเตือนใจ หรือสิ่งอื่นใดที่มีลักษณะเช่นเดียวกันนี้ที่บุคคลนั้นๆ ยึดมั่น

Gall et al. (1996: 63) ให้ความหมายของ คุณลักษณะ ว่าเป็น ผลรวมทั้งหมดของการ กระทำ ความคิด ความรู้สึก ที่เป็นแบบฉบับของบุคคล หรือเป็นลักษณะส่วนบุคคล และทำให้แต่ละบุคคลแตกต่างกัน

Colman (2001: 123) ให้ความหมายของ คุณลักษณะ ว่าเป็นสิ่งที่ เป็นจุดรวมทั้งหมด ของบุคคล หรือสิ่งที่เกิดจากการรวมกันของลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาที่แยกบุคคลคนหนึ่งออกจาก บุคคลคนอื่นๆ

Corsini (2002: 55) ให้ความหมายของ คุณลักษณะ ว่าเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล แต่ละคน หรือจุดเด่นของบุคคลที่แสดงให้เห็นชัดเจนว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของบุคคลคนนั้น

จากความหมายข้างต้นนั้น สามารถสรุปเป็นความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้ว่า คือ ลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผู้ประกอบการแต่ละคนที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็น ลักษณะพิเศษเฉพาะของผู้ประกอบการคนนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

มีนักวิชาการได้ให้ความสนใจ และทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ไปมากมายหลากหลายแนวทาง ซึ่งมีขอบเขตที่กว้างขวางมาก มีความแตกต่างกันไปตามกิจกรรม ของผู้ประกอบการ และตามแต่ละสังคม ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับ เงื่อนไขทางด้านสิ่งแวดล้อม และบริบททางสังคม โดยผู้วิจัยจะนำเสนอคุณลักษณะที่มีผู้ทำการ ศึกษาวิจัยไว้พอสังเขปดังนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย

1) Dr.Hal B. Pickle 2) Gallup และ Gallup 3) อำนาจ ชีระวนิช 4) Frese 5) รัชจรินทร์ และคณะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย Dr. Hal B. Pickle

Pickle (1964 อ้างถึงใน รัชจรินทร์ และคณะ, 2546: 4) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า คุณลักษณะสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีอยู่ 5 คุณลักษณะด้วยกันคือ

1.1 มีความพยายามที่จะบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ความรับผิดชอบ เข้มแข็ง (Vigor) มีความคิดริเริ่ม มีความตั้งใจที่จะทำไม่ทอดทิ้ง (Persistence) และสุขภาพดี

1.2 มีความสามารถในการคิดเป็น ประกอบด้วย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และมีความคิดในการวิเคราะห์

1.3 มีมนุษยสัมพันธ์ ประกอบด้วย ความมีอำนาจหรืออิทธิพล (Ascendancy) มีอารมณ์มั่นคง (Emotional Stability) มีความเป็นมิตรเข้ากับคนได้ มีความรอบคอบ มีความสัมพันธ์ส่วนตัว ใส่ใจในความรู้สึกของผู้อื่น มีความร่าเริง สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความสุภาพระมัดระวัง คำพูด (Tactfulness)

1.4 มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ทั้งในด้านการเขียน และพูด

1.5 มีความรู้ในด้านเทคนิค มีความรู้รอบทั้งในด้าน Know-How ของธุรกิจในสาขาอาชีพของตน

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย Gallup และ Gallup

Gallup and Gallup (1986 อ้างถึงใน สถิตย์ และคณะ, 2546: 16-21) ทำการศึกษาวิจัย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการประเมินตนเอง และพบว่ามีคุณลักษณะ 12 ประการ ที่ผู้ประเมินระบุว่ามีส่วนผลักดันให้ตนประสบความสำเร็จอย่างสูงในธุรกิจที่ทำ ประกอบด้วย

2.1 สามัญสำนึก คือ ความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นประจำวันอย่างมีเหตุผล และเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ เป็นความฉลาดหลักแหลมตามธรรมชาตินั่นเอง

2.2 การมีความรู้เชี่ยวชาญเป็นพิเศษในสาขางานที่ตนทำอยู่ คือ เกิดจากการมีประสบการณ์ตรง การศึกษาเล่าเรียนโดยตนเอง และการศึกษาเล่าเรียนที่เป็นทางการ การที่จะให้ความรู้ชนิดนี้ดำรงอยู่ต่อไปแม้จะประสบความสำเร็จแล้ว บุคคลจะต้องพยายามเรียนรู้ต่อไปอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

2.3 การพึ่งตนเอง คือ บุคคลที่ประสบความสำเร็จจะพึ่งพาทรัพยากร และความสามารถของตนเอง รู้จักวางแผนเป้าหมายชีวิตของตนให้ชัดเจน รวมทั้งวางแผนเกี่ยวกับอาชีพของตนเอง รู้จักเริ่มงานด้วยตนเอง และเพียรพยายามผลักดันตนจนโครงการ หรือสิ่งต่างๆ ที่กำหนดไว้สำเร็จ

2.4 สถิติปัญญาต่างๆ ไป คือ ทำให้สามารถเข้าใจมโนทัศน์ต่างๆ (Concepts) ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถวิเคราะห์มโนทัศน์ได้อย่างถูกต้องชัดเจน ส่วนหนึ่งมาจากพันธุกรรม และอีกส่วนมาจากการเรียนรู้ ประกอบด้วย การมีคะแนนไอคิวสูง มีความรู้ด้านศัพท์อย่างกว้างขวาง มีทักษะในการอ่านที่ดี และมีทักษะในการเขียนที่ดี

2.5 ความสามารถที่จะทำให้สิ่งต่างๆ แล้วเสร็จ คือ มีความสามารถในการจัดระเบียบที่ดี มีนิสัยในการทำงานที่ก่อให้เกิดผล และการทำงานหนัก และมีความขยันขันแข็ง

2.6 ความเป็นผู้นำ คือ มีความสามารถในการโน้มน้าวใจลูกน้องหรือผู้ตาม

2.7 การมีความรู้ ความเข้าใจว่าอะไรถูกอะไรผิด คือ การมีความรู้ลึกไวก่อเรื่องศีลธรรม และจริยธรรม

2.8 ความคิดสร้างสรรค์ คือ การรู้จักประดิษฐ์คิดค้น โดยมีที่มาจากคลังแห่งความสามารถพิเศษตามธรรมชาติของบุคคล และความเข้าใจอย่างแจ่มชัด หรือลางสังหรณ์ การที่บุคคลมีความสามารถสูงก็ดี และความสามารถพิเศษก็ดี ทำให้บุคคลสามารถเข้าใจสิ่งต่างๆ อย่างแจ่มแจ้งชัดเจน หรือเกิดมีความรู้ในลักษณะลางสังหรณ์ขึ้น ความรู้แบบลางสังหรณ์อาจจะมาจากการประสบการณ์มากมายที่บุคคลได้รับเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้

2.9 การมีความเชื่อมั่นในตนเอง คือ การศึกษาและเตรียมตัวอย่างเต็มที่ก่อนที่จะเผชิญสถานการณ์ การเพียรพยายามซุ่มอยู่เสมอ และความตั้งใจแน่วแน่ที่จะให้เกิดมีความมั่นใจในตัวเอง ตลอดจนไม่พอใจกับความล้มเหลวที่เกิดขึ้น

2.10 การมีความสามารถในการแสดงออกทางด้านการพูด คือ ความสามารถในการพูดในที่สาธารณะ ความสามารถในการสนทนา

2.11 การรู้จักห่วงใยหรือให้ความสนใจกับผู้อื่น คือ ความสามารถในการเข้ากับผู้อื่นได้ดี มีมนุษยธรรมสูง และมีความรู้สึกห่วงใยต่อผู้อื่นอย่างลึกซึ้ง

2.12 โโชค คือ คุณลักษณะอย่างหนึ่งที่ทำให้เราประสบความสำเร็จ สามารถหาได้จากการทำงานหนัก คิด ค้นคว้าหาสาเหตุของความล้มเหลว และความเจ็บปวด หลีกเลี้ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบ พยายามสร้างแบบแผนความคิดในเชิงบวก และในแงุ่มที่ดี ทำการเสี่ยงพอสมควร และลองเสี่ยงกับโอกาสใหม่ๆ บ้าง อย่าผลักไส “โชค” ของเราไป และปฏิบัติต่อคนอื่นเหมือนกับที่ต้องการให้คนอื่นปฏิบัติต่อตัวเอง

3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย อำนาจ ชีระวนิช

อำนาจ (2546: 6-8) ได้แบ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 8 ลักษณะ คือ

3.1 ความต้องการความสำเร็จ ในทางจิตวิทยายืนยันว่าบุคคลจะมีความแตกต่างกันในเรื่องระดับความต้องการความสำเร็จ บุคคลบางกลุ่มที่มีความต้องการความสำเร็จในระดับต่ำมักเป็นพวกที่พอใจกับสถานภาพในปัจจุบัน ในทางตรงกันข้ามบุคคลอีกส่วนหนึ่งที่ต้องการความสำเร็จในระดับสูงก็ชอบที่จะแข่งขันเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ และมีความพอใจที่ต้องรับผิดชอบต่องานที่ทำ แรงผลักดันนี้ได้นำไปสู่ความทะเยอทะยานของบุคคล และการริเริ่มกิจการเป็นของตนเอง ซึ่งถือเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้

3.2 ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการโดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของเขา พอใจต่อการควบคุม และใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่ตนกำหนดขึ้น และเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองกับธุรกิจอย่างเต็มที่

3.3 การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่ม และดำเนินงาน ในธุรกิจของตนเองจะมีความแตกต่างกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง ย่อมจะมีความเสี่ยงทางการเงิน แต่ถ้าเขาลาออกจากงานเดิม เขาจะต้องประสบกับความเสี่ยงในด้านอาชีพ นอกจากนั้นความเครียดและเวลาที่ทุ่มเทไปในการเริ่มและดำเนินธุรกิจ อาจสร้างปัญหาให้กับชีวิตครอบครัวได้

3.4 ความเชื่อมั่นในตนเอง บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกว่าตนเองนั้นสามารถที่จะเผชิญกับสิ่งท้าทายได้ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่ตนต้องเผชิญกับความเสี่ยงแล้ว ก็ยังเชื่อว่าตนมีความสามารถที่จะเอาชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จนั้น เป็นผู้ที่โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานความเป็นจริง

3.5 ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด ซึ่งเป็นเสมือนส่วนของจิตใต้สำนึก เพราะเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นผู้ประกอบการจะไม่ใช่ว่าบุคคลที่ยอมจำนนต่อปัญหา แต่จะตอบสนองต่อปัญหาอย่างทันทีทันใด และทำการต่อสู้กับปัญหาต่างๆ ที่ระดมเข้ามา เสมือนหนึ่งรู้ว่าเขาจะทำอะไร และอย่างไร

3.6 การมีพลังในระดับสูง ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีพลังส่วนตัวมากกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งพลังนี้จะพบอยู่เสมอๆ ในช่วงเริ่มเปิดกิจการ ที่ผู้ประกอบการจะใช้เวลาพยายามทั้งหมดที่มีอยู่อย่างไม่น่าเชื่อ ทั้งความคิด ความทุ่มเท ความกระตือรือร้น และการทำงานที่หนัก

3.7 การมุ่งเน้นที่อนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้น ไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นที่อนาคต โดยค้นหาโอกาส และสร้างกิจการของตนจากธุรกิจขนาดเล็ก

3.8 การอดทนต่อแรงเสียดทาน และมีความยืดหยุ่น ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ อย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แรงกดดันยิ่ง

ต้องมีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นความสามารถในด้านความอดทน และความยืดหยุ่น จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน

4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย Michael Frese

Frese (2000: 152-155) ได้สรุปถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมไว้ ดังนี้

4.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะความเป็นตัวของตัวเองนี้ เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ หรือมีความจำกัด อย่างเช่น ในภาวะที่มีทรัพยากรจำกัด ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะยังมีความสามารถในการเป็นตัวของตัวเองในการต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดจำหน่าย หรือบริษัทใหญ่ๆ ได้

4.2 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

4.3 การกล้าเสี่ยง (Risk taking) การกล้าเสี่ยงสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ และการกล้ากู้ยืมจำนวนมาก การกล้าเสี่ยงดังกล่าวเป็นไปได้อาจมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainly avoidance) จากการทบทวนงานวิจัยของลักษณะธุรกิจทางตะวันตก พบว่าการกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเล็กน้อยในทางลบกับการประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การกล้าเสี่ยงอาจไม่ใช่ปัจจัยในทางบวกกับความสำเร็จ แต่อย่างไรก็ตาม ในทางทฤษฎีแล้ว เราไม่สามารถสรุปว่าการกล้าเสี่ยงจะมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความสำเร็จ เพราะที่จริงแล้วเราอาจสันนิษฐานได้ว่า การกล้าเสี่ยงนั้นมีความสัมพันธ์ในรูปแบบของเส้นโค้งกับความสำเร็จ ซึ่งหากเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นโค้งแล้ว การกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง มีความเป็นไปได้ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ในขณะที่ถ้าไม่เสี่ยงเลย หรือเสี่ยงสูง อาจนำไปสู่ความล้มเหลว

4.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ความก้าวร้าวในการแข่งขันเป็นคุณลักษณะซึ่งทำให้คู่แข่งที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน ผู้ประกอบการที่มีลักษณะก้าวร้าว

จะพยายามทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ และทำให้คู่แข่งไม่สามารถอยู่ได้ในตลาด ความก้าวร้าวในการแข่งขันนี้มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จ

4.5 ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคง ไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวัง ท้อแท้กับความผิดพลาด แต่จะนำประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้ เนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการต้องมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูง จึงเป็นไปได้ที่เขาเหล่านั้นจะพบกับ การผิดพลาด การเรียนรู้จากข้อบกพร่องและความผิดพลาด เป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จในธุรกิจ

4.6 ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการประสบความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติ และการประกอบกิจการขนาดเล็ก ผู้ที่มีความต้องการประสบความสำเร็จ จะชอบงานที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้นๆ ให้ดีกว่าเดิม มีบุคลิกภาพที่รับผิดชอบ และต้องการการให้ข้อมูลย้อนกลับในเรื่องงานที่ทำ บุคลิกภาพที่ยึดถือหลักคุณธรรม หรือที่เราเรียกว่า ความซื่อสัตย์ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการค่อยๆ สร้างความเชื่อมั่น และไว้วางใจให้กับลูกค้าและผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จระดับสูง คนที่ประสบความสำเร็จสูงมักมีแรงจูงใจที่จะทำงานที่ท้าทาย และถูกกระตุ้นให้ทำให้ดีกว่าเก่า มีความรับผิดชอบเฉพาะตัว และค้นหาผลสะท้อนเกี่ยวกับคุณภาพของงาน

5. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เสนอโดย รัชจรินทร์ และคณะ

รัชจรินทร์ และคณะ(2546: 31-32) ได้ทำการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่ประสบความสำเร็จ พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มี 10 คุณลักษณะ ของผู้ประกอบการ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

5.1 ความมีมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง การมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความรู้ในการบริหารจัดการ มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น มีความสามารถทำงานเป็นทีม และมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

5.2 ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง การชอบงานท้าทาย กล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจ ชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ มีความทะเยอทะยาน

5.3 ความซื่อสัตย์ หมายถึง การมีจริยธรรมหรือคุณธรรม มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ต่อพนักงานหรือทีมงาน มีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม

5.4 มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ หมายถึง การมีความรู้พื้นฐานทางธุรกิจที่ทำ มีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ มีความถนัดในธุรกิจที่ทำ มีความชำนาญด้านเทคนิค ปฏิบัติ ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา

5.5 ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ หมายถึง มีความตั้งใจจริง ทำงานติดต่อกัน มีความพยายามต่อสู้ไม่ท้อถอย บริการลูกค้าดี เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ มีใจรักในธุรกิจ

5.6 มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หมายถึง รับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น ต้องการความเป็นอิสระ มีความรับผิดชอบ อดทนต่อความกดดัน

5.7 มีวิสัยทัศน์ หมายถึง มีความช่างคิดช่างสังเกต มองหาโอกาสที่ดี เรียนรู้และพัฒนาสินค้าหรือบริการ

5.8 ประหยัด หมายถึง มีความประหยัด ให้ความสำคัญกับสุขภาพที่ดี

5.9 พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ และเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีการสอนงาน อธิบาย และฝึกอบรมทักษะต่างๆที่จำเป็น รวมถึงทักษะใหม่ๆ ที่ทันสมัยให้กับพนักงาน

5.10 มีความเชื่อเรื่องโชค หมายถึง การที่ผู้ประกอบการเชื่อว่าความสำเร็จสามารถหาได้จากการทำงานหนัก การค้นหาสาเหตุของความล้มเหลว แต่จะหลีกเลี่ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบ สร้างความคิดในเชิงบวก ทำการเสี่ยงพอสมควร และลองเสี่ยงกับโอกาสใหม่ๆ โดยไม่ปฏิเสธ “โชค” ที่มีไป และปฏิบัติต่อคนอื่นเหมือนกับที่ต้องการให้คนอื่นปฏิบัติต่อตัวเอง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ของ รัชจรินทร์ และคณะ (2546) เนื่องจากงานวิจัยนี้มีบริบทคล้ายคลึงกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ในด้านของกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเหมือนกัน และผู้วิจัยมีความต้องการที่จะตรวจสอบความสามารถในการทำนายของคุณลักษณะต่างๆ ที่เกิดจากการศึกษาวิจัยกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ที่รัชจรินทร์และคณะได้ศึกษาไว้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในเชิงลึกต่อการนำไปประยุกต์ใช้ได้มากขึ้นด้วย

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการ

ความหมายของความความสำเร็จในการประกอบการ

ธงชัย (2540: 18) กล่าวว่า ความสำเร็จทางธุรกิจ คือ การที่องค์กรธุรกิจสามารถทำงานได้ บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ และงานนั้นเป็นงานที่มีคุณค่า และมีคุณภาพสูง

นิติย์ (2542: 10) กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ เป็นความสามารถของผู้จัดการที่จะตั้ง เป้าหมาย วางแผน ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถบรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมายได้

Mosley et al. (1996: 20) กล่าวว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จะต้องสามารถใช้ทรัพยากร ในวิธีที่จะทำให้ภารกิจต่างๆ เสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามเป้าหมาย (มีประสิทธิภาพ) ด้วยการใช้ต้นทุนน้อย ที่สุด (มีประสิทธิภาพ) ได้

Frese (2000) กล่าวว่าความสำเร็จทางธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการให้บรรลุเป้าหมาย หรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ

สามารถสรุปความหมายได้ว่า ความสำเร็จในการประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือบรรลุเป้าหมายตามต้องการได้กำหนดไว้

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจ

1. แนวคิดของ นิตย์ สัมมาพันธ์

นิตย์ (2542: 18-19) ให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จของธุรกิจ โดยพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1.1 ผลผลิตภาพ หรือการเพิ่มผลผลิต (Productivity) หมายถึง เป็นการวัดที่สรุปถึงปริมาณ และคุณภาพการทำงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด หรืออัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์การในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัยนำเข้า (Input) ภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และตามคุณภาพที่กำหนด ดังสมการ

$$\text{ผลผลิตภาพ (Productivity)} = \frac{\text{ผลงาน (Output)}}{\text{ปัจจัย (Inputs)}}$$

1.2 กำไร (Profit) ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดนี้มักจะเป็นเรื่องระยะสั้น อย่างมากที่สุด 1 ปี และเมื่อรู้ว่ามีกำไรมากหรือน้อยก็เป็นเรื่องของอดีตไปแล้ว ดังนั้นจึงมีการกล่าวถึงกำไรสูงสุด (Profit Maximization) หมายถึง การทำกำไรสูงสุด โดยพิจารณาระยะเวลาประกอบเป็น กำไรสูงสุดระยะยาว (Long-Term Profit Maximization)

2. แนวคิดของ Peter F. Drucker

Drucker (2001: 29-31) กล่าวว่า การเพิ่มผลผลิตภาพเกิดจากประสิทธิผล และ ประสิทธิภาพจากการทำงานของแต่ละบุคคล และแต่ละองค์การ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) หมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์การให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ประสิทธิภาพจึงมุ่งทำให้เกิด การ “ทำสิ่งที่ถูกต้อง (Doing the Right Things)” ส่วนประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง วิธีการ (Mean) จัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อยที่สุด โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้สูงสุด อาจเรียกว่า “ทำสิ่งต่างๆ ให้ถูกต้อง (Doing Thing Right)” โดยได้เสนอตัววัด ความสำเร็จทางธุรกิจ โดยระบุตัวแปรหรือผลงานสำคัญต่างๆ 9 ด้าน ดังนี้

2.1 สถานภาพทางตลาด (Market Position) วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้านฐานะทางการตลาด ส่วนแบ่งตลาด ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่งสร้างความภักดีจากลูกค้า

2.2 คุณภาพ (Quality) การรักษาและพัฒนาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

2.3 นวัตกรรม (Innovation) มีสัมฤทธิ์ผลในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ รวมทั้งกระบวนการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทุ่มทุนบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบไปด้วยจริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ เช่น มีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตโดยรวม เป็นต้น

2.5 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) สรรหา พัฒนา และบำรุงรักษาทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูง ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน (ถ้ามี)

2.6 ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources) จัดหา เก็บรักษา และจัดการทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม

2.7 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) จัดหา สร้าง และซ่อมแซมบำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อาคารและสถานที่ โรงเรียน เครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้้อย่างเหมาะสม

2.8 ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency) มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภท อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลทำให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนต่ำ

2.9 การทำกำไร (Profitability) ระดับกำไรจะต้องเหมาะสม ไม่ต่ำและสูงเกินไป รวมทั้งดัชนีตัวบ่งชี้อื่นๆ ที่แสดงถึงฐานะทางการเงินที่ดี

3. แนวคิดของ Robert S. Kaplan and David Norton หรือ “Balanced Scorecard”

Kaplan and Norton (1992 อ้างถึงในศิริวรรณ และคณะ, 2545: 632-646) ได้เสนอแนวคิด “Balanced Scorecard” ซึ่งเป็นระบบการควบคุมทางการบริหารจัดการแบบองค์รวม ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลของการประเมินผลความสำเร็จขององค์การด้านการเงินด้วยการประเมินผลหรือวัดผลทางด้านการปฏิบัติการอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของบริษัท ประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่

3.1 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) แม้ว่ามุมมองด้านการเงินจะมีข้อจำกัดมากในปัจจุบัน แต่ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์การธุรกิจที่มุ่งผลกำไร เนื่องจากมุมมองด้านการเงินจะเป็นตัวบ่งชี้ว่ากลยุทธ์ที่กำหนดขึ้น และนำไปใช้ปฏิบัติเกิดผลดีต่อการดำเนินงานขององค์การธุรกิจหรือไม่ โดยเสนอแนะกลยุทธ์ของหน่วยว่ามี 3 ช่วง ดังนี้

3.1.1 ช่วงเติบโต (Growth) เป็นช่วงต้นของวงจรชีวิตของธุรกิจ ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ มีความสำคัญกับศักยภาพที่เพิ่มขึ้น ซึ่งบริษัทจะต้องใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เพื่อการสร้างและการขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต เพื่อการสร้างความสามารถในการปฏิบัติการ การลงทุนในระบบสาธารณูปโภค และเครือข่ายในการจำหน่าย และเพื่อสนับสนุนและพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า วัตถุประสงค์ด้านการเงินในช่วงต้นนี้จะเน้นที่เปอร์เซ็นต์ของอัตรากำไรสุทธิเติบโตของรายได้ และอัตรากำไรสุทธิเติบโตของยอดขายในตลาดใหม่ ลูกค้าใหม่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรักษาระดับค่าใช้จ่ายให้เพียงพอ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ ระบบ ความสามารถของพนักงาน การกำหนดกลยุทธ์การตลาด ยอดขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย

3.1.2 ช่วงธำรงรักษา (Sustain) เป็นช่วงที่หน่วยธุรกิจคาดหวังที่จะรักษา และเพิ่มส่วนครองตลาดเดิม และพยายามดึงดูดให้มีการลงทุนมากขึ้น โดยหวังผลตอบแทนอย่างสูงต่อเงินที่ลงทุนไป โครงการลงทุนจะมุ่งที่การแก้ปัญหา การขยายกำลังการผลิต และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องแทนที่จะมุ่งที่ผลตอบแทนในระยะยาว และการลงทุนเพื่อการเจริญเติบโต วัตถุประสงค์

ทางการเงินในขั้นนี้จะมุ่งที่การวัดผลทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร รายได้ทางบัญชี เช่น รายได้จากการดำเนินงานและกำไรขั้นต้น

3.1.3 ช่วงเก็บเกี่ยว (Harvest) เป็นขั้นที่ธุรกิจอยู่ในช่วงอิมตัว (Mature Phase) ของวงจรชีวิตธุรกิจ ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัทต้องการเก็บเกี่ยวผลการลงทุนที่ได้ทำใน 2 ช่วงที่ผ่านมา วัดดูประสพธ์ทางการเงินในช่วงนี้จะเน้นที่กระแสเงินสด (Cash Flow) ก่อนหักค่าเสื่อมราคา และการลดความต้องการเงินทุนหมุนเวียน

3.2 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) ประกอบด้วย วัดดูประสพธ์หลักที่สำคัญ 5 ประการ คือ

3.2.1 ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่งขั้นที่สำคัญ เป็นต้น

3.2.2 การรักษาลูกค้า (Customer Retention) จากการวิจัยของบริษัท Datamonitor พบว่า ถ้าองค์กรสามารถรักษาลูกค้าได้เพียงร้อยละ 5 จะทำให้ผลกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ต่อปี และในขณะเดียวกันต้นทุนในการได้ลูกค้าใหม่มีมูลค่าเป็น 6 เท่าของต้นทุนในการรักษาลูกค้า 1 ราย โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าที่ลดลงในแต่ละปีต่อจำนวนลูกค้าทั้งหมด เป็นต้น

3.2.3 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กร หรือตัวขององค์กร โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า หรือจำนวนเรื่องร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น

3.2.4 การได้ลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการหาลูกค้าใหม่ โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมด หรือรายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด เป็นต้น

3.2.5 ความสามารถทำกำไรจากลูกค้า (Customer Profitability) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น กำไรต่อลูกค้า 1 ราย

3.3 มุมมองด้านกระบวนการธุรกิจภายใน (Internal Business Process Perspective)

ภายใต้มุมมองนี้จะต้องพิจารณาว่า อะไรคือกระบวนการที่สำคัญภายในองค์กรที่จะช่วยทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ธุรกิจแต่ละประเภทจะมีกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะในการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้า และสร้างให้เกิดผลลัพธ์ด้านการเงิน กระบวนการธุรกิจภายในที่สำคัญมี 3 กระบวนการดังนี้

3.3.1 กระบวนการด้านนวัตกรรม (Innovation Process) เป็นกระบวนการด้านนวัตกรรม หน่วยธุรกิจจะเน้นการวิจัยความต้องการของลูกค้า และสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้า

3.3.2 กระบวนการด้านการปฏิบัติการ (Operation Process) เป็นกระบวนการที่ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ถูกผลิตขึ้น และได้ส่งไปถึงลูกค้า ในกระบวนการนี้จะมุ่งเน้นในระบบการวัดหรือประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร

3.3.3 กระบวนการด้านบริการหลังการขาย (Postsale Service Process) เป็นกระบวนการที่ให้บริการกับลูกค้าหลังจากการขาย หรือดำเนินการส่งผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการ

3.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองสุดท้าย แต่เป็นมุมมองที่สำคัญมาก เพราะเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร และถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านอื่นๆ โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองนี้ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

3.4.1 ด้านความสามารถของพนักงาน (Employee Capabilities) พนักงานภายในองค์กรนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญที่สุด ทำให้องค์กรต่างๆ มักจะพิจารณาวัตถุประสงค์ในด้านพนักงาน 3 ประการ ดังนี้คือ ทักษะความสามารถของพนักงาน (Skills) ซึ่งวัดได้หลายลักษณะ เช่น จำนวนวันที่พนักงานได้รับการอบรมต่อปี ทศนคติและความพึงพอใจของพนักงาน (Attitude and Employee Satisfaction) ซึ่งวัดได้โดยการสำรวจทัศนคติของพนักงาน และอัตราการหมุนเวียนของพนักงาน (Turnover Rate) ซึ่งวัดได้โดยพิจารณาจากอัตราการเข้า-ออกของพนักงาน

3.4.2 ด้านความสามารถด้านระบบสารสนเทศ (Information Systems Capabilities)

สำหรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นเป็นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายภายใต้มุมมองด้านอื่นๆ นอกเหนือจากทักษะความสามารถของพนักงานแล้ว เทคโนโลยีก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จด้วย ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล เป็นต้น

3.4.3 ด้านเกี่ยวกับแรงจูงใจและวัฒนธรรมองค์การ (Motivation and Corporate Culture)

แม้ว่าองค์กรจะมีพนักงานที่มีความสามารถ และมีระบบข้อมูลสารสนเทศที่ทันสมัย แต่ถ้าวัฒนธรรมองค์การ หรือระบบแรงจูงใจขององค์กรไม่เหมาะสม ก็จะทำให้้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ในด้านต่างๆ ได้ยากลำบาก ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านนี้ด้วย ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ ได้แก่ จำนวนข้อเสนอที่พนักงานเสนอ หรือจำนวนข้อเสนอที่พนักงานเสนอ และมีการนำไปปฏิบัติ

4. แนวคิดของ Michael Frese

Frese (2000: 145-155) เป็นนักจิตวิทยาชาวเยอรมัน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษากับบริษัทต่างๆ ในเรื่องการจัดการองค์การ และทำการศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศ แชมเปีย ยูกันดา อาฟริกาใต้ และซิมบับเว ในระหว่างปี ค.ศ. 1997-1998 กล่าวว่า การที่จะวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการได้นั้นต้องวัดจากสิ่งต่อไปนี้คือ

4.1 ตัวบุคคล โดยที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดความสำเร็จด้วยตนเอง ซึ่งมักจะใช้ความเห็นในด้านการเงินเป็นตัวสะท้อนธุรกิจ และความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจากการดำเนินธุรกิจ

4.2 ระดับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลกำไร และยอดขาย 1-2 ปี ล่าสุด

4.3 วัดจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า และพนักงานในด้านการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามด้วยภาพของ บรูเคิร์ล เพรสเชนดอร์ฟเฟอร์ และซิกเกเลอร์

4.4 วัดจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์ ซึ่งให้คะแนนที่แบ่งเป็น 5 ระดับย่อย ในการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ ระดับที่ 1 หมายถึงไม่ประสบความสำเร็จ ระดับที่ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่ประสบความสำเร็จ ระดับที่ 3 หมายถึง ประสบความสำเร็จปานกลาง ระดับที่ 4 หมายถึง ค่อนข้างประสบความสำเร็จ และระดับที่ 5 หมายถึง ประสบความสำเร็จ

Frese กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ โดยดูจากแนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า แนวโน้มของยอดขาย แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม ความพึงพอใจจากมุมมองของผู้อื่น ความพึงพอใจต่อความสำเร็จเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ ความพึงพอใจในรายได้ จำนวนพนักงานในปัจจุบัน มูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์หากมีการขายกิจการ การประเมินโดยถูกสัมภาษณ์ และชี้ให้เห็นว่าการวัดความสำเร็จด้วยการประเมินผลสำเร็จโดยรวมให้ผลการวัดที่เป็นประโยชน์ เนื่องจากผลการวัดที่ได้เป็นอิสระ จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการเอง แม้ว่าการวัดทางเศรษฐกิจจะให้ผลการวัดที่น่าจะเป็นรูปธรรมมากกว่า แต่ก็ยังมีปัญหาอยู่บ้าง เช่น เมื่อต้องการข้อมูลทางธุรกิจ ย้อนหลัง 2 หรือ 3 หรือ 5 ปี แต่ปรากฏว่าธุรกิจหรือองค์กรเพิ่งก่อตั้งมาเพียง 1 หรือ 2 ปีเท่านั้น ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำข้อมูลขององค์กรนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ได้

5. แนวคิดของ Fry et al.

Fry et al. (1998 อ้างถึงใน สถิตย และคณะ, 2546: 11-14) ได้ระบุตัวชี้วัดธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

5.1 สภาพความเป็นไปทางการเงิน ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของสภาพความเป็นไปทางการเงิน การเงิน คือ กำไร ผู้จัดการของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้ธุรกิจมีกำไรตลอดไป ในการที่จะให้ธุรกิจได้กำไร ผู้จัดการจะต้องพยายามลดรายจ่ายให้เหลือน้อยที่สุด โดยที่ลูกค้ายังได้รับสินค้า และบริการที่ดีที่มีคุณภาพอยู่เหมือนเดิม

ธุรกิจใดก็ตามเมื่อมีกำไรแล้ว อาจจะใช้กำไรเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรืออาจจะใช้เพื่อลงทุนต่อก็ได้ หรืออาจจะใช้บางส่วนเป็นเงินบริจาค เพื่อการกุศลก็ได้ กำไรเป็นสิ่งสำคัญอย่าง

หนึ่งของสังคมแบบทุนนิยม ความเพียรพยายามเพื่อให้ได้กำไรเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรม และประสิทธิภาพขึ้นมา

“กำไร” เป็นมาตรวัดความสำเร็จของธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางอย่างหนึ่ง ธุรกิจใดที่ไม่สามารถทำกำไรได้ในชั่วเวลาหนึ่ง ธุรกิจนั้นจะต้องล่มสลายจากไปในที่สุด

5.2 การสนองตอบความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องมีลูกค้า ไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้า หรือให้บริการก็ตาม การที่ธุรกิจจะได้กำไรมากน้อยเท่าใดนั้น ในท้ายที่สุดแล้วขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด ลูกค้ามีมากมายหลายรูปแบบ ต่างความต้องการทั้งลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไป หรือเป็นเจ้าของธุรกิจอื่น เป็นลูกค้าแบบซื้อเพียงครั้งเดียว หรือแบบซื้อเป็นประจำสม่ำเสมอ เป็นแบบซื้อจำนวนน้อย หรือซื้อจำนวนมากๆ ก็มี

ในปัจจุบันนี้ ผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวนมากมีความรู้สึกว่า “ลูกค้า” เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จและสภาพของธุรกิจ แทนที่จะนึกถึงกำไรก่อน ผู้เชี่ยวชาญจะนึกถึงลูกค้าก่อน ถ้าหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ “กำไร” จะตามมาอย่างแน่นอน ในการที่ธุรกิจจะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษใน 2 ปัจจัย คือ 1) การมีความรู้สึกรู้ใจต่อความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการดำเนินการเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า และ 2) ความทันท่วงทีในการสนองตอบความต้องการ และความนิยมชมชอบของลูกค้า

5.3 การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ในปัจจุบันนี้ธุรกิจจะต้องเน้นที่คุณภาพ และคุณค่าของสินค้าและบริการลูกค้าไม่อาจจะทนรับได้ ถ้าหากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำ ถึงแม้เราจะต่ำด้วยก็ตาม ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ลูกค้าจะทอดทิ้งธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำได้ทันที และจะหันไปสนใจธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า

ในสหรัฐอเมริกา บริษัทส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพ “การจัดการเรื่องคุณภาพ” มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคใหม่ กล่าวคือ บริษัทจะต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องในทุกขั้นตอนของการผลิต หรือทุกขั้นตอนของการปฏิบัติการ ธุรกิจขนาดใหญ่ของ

สหรัฐอเมริกาหลายแห่งได้รับการยอมรับว่าเป็น “ผู้นำทางด้านคุณภาพ” และ “คุณภาพ” เป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขัน

5.4 การส่งเสริมนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งรสนิยม และความนิยมชมชอบของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ชื่อเรียกหรือต้องการของพนักงานเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คู่แข่งทางธุรกิจเพียรพยายามค้นคว้าหาวิธีการใหม่ๆ ที่จะเอาชนะฝ่ายตรงข้ามอยู่เสมอ องค์การหรือบริษัท มองหาวิธีการดำเนินงานวิธีใหม่ๆ มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และผลผลิตขององค์การ วิธีการเดียวที่ธุรกิจสามารถจะแข่งขันกับผู้อื่นได้ก็คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ และสร้างนวัตกรรมขึ้นมา ถ้าไม่สามารถทำได้ความสำเร็จของธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ไม่ยาวนาน ที่เรียกว่า “ความคิดสร้างสรรค์” และ “นวัตกรรม” นั้น ถึงแม้ว่าคำทั้งสองจะเกี่ยวโยงกันก็ตาม แต่ความหมายของทั้งสองคำแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัตร ส่วนนวัตกรรมเป็นผลซึ่งมีลักษณะเป็นสถานะหนึ่ง นั้นหมายความว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นแบบแผนของการคิดและการปฏิบัติในแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ส่วนนวัตกรรมเป็นผลที่เกิดตามมา หรือสิ่งที่ผลิตขึ้นหรือสร้างขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมทางด้านความคิดสร้างสรรค์

ที่นวัตกรรม เกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก ก็เพราะว่าต้องอาศัยความคิดที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือความคิดสร้างสรรค์ อุปสรรคสำคัญที่ทำให้นวัตกรรมไม่เกิดขึ้นก็คือความสำเร็จนั่นเอง กล่าวคือ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแล้วมักคิดว่าทำไมต้องเปลี่ยนแปลง หรือสร้างสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาอีก ในเมื่อธุรกิจก็อยู่ในสภาพที่ดี ที่แข็งแรงอยู่แล้ว

5.5 การได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมักจะประกอบไปด้วยพนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาทำ พนักงานมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำ มีความผูกพันกับงานที่ทำ และยึดมั่นผูกพันกับบริษัทหรือองค์การที่พวกเขาอยู่ โดยจะยอมอุทิศทั้งกายและใจ และรู้สึกเป็นห่วงเป็นใยธุรกิจ พนักงานที่มีความยึดมั่นผูกพันที่ว่านี้จะมีแรงผลักดันให้ทำงานอย่างเต็มที่ และดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ บริษัทหรือองค์การที่ก้าวหน้าจึงลงทุนทางด้านเวลา และใช้ความเพียรพยายามอย่างมาก เพื่อหาทางที่จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การ มีบริษัทเป็นจำนวนมากเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ของบริษัท และส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทได้เจริญก้าวหน้า โดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่างๆ ในขณะเดียวกันก็มีบริษัทหรือองค์การเป็นจำนวนมากในสหรัฐอเมริกา มอบอำนาจในการตัดสินใจ และความรับผิดชอบให้แก่พนักงานมากขึ้นทั่วทั้งองค์การ

วิธีการสร้างความเชื่อมั่นผูกพันต่อองค์การที่คืออย่างหนึ่ง คือ พยายามส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้สติปัญญาของพวกเขาอย่างเต็มที่ พนักงานส่วนใหญ่ต้องการที่จะได้มีความรู้สึกว่าพวกเขาเป็นที่ต้องการของหัวหน้า หรือผู้บังคับบัญชา ถึงแม้ว่าโดยปกติธรรมดาพนักงานอาจจะรู้สึกกับข้อใจ แต่ในทางกลับกัน พนักงานจะไม่สบายใจเช่นกันหากสติปัญญาและความสามารถของตนเองไม่ได้ใช้งานอย่างเต็มที่จากหัวหน้างาน ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจจึงต้องให้ออกาสพนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถของพวกเขาอย่างเต็มที่ ไม่ใช่ปล่อยให้พนักงานทำงานต่ำกว่าระดับความสามารถอยู่เรื่อยไป ซึ่งจะไม่เป็นผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นผูกพันต่อธุรกิจและองค์การ

รัตติกรณ์ (2548: 33-35) ได้พัฒนาแบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ จากแนวคิดของ Fry และคณะ ทั้ง 5 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตรวจสอบโครงสร้างขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน เพื่อหาคุณภาพของแบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า แบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ สภาพความเป็นไปทางการเงิน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และการได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวัดความสำเร็จในการประกอบการจากการศึกษาวิจัยของรัตติกรณ์ (2548: 83) ซึ่งเป็นตัววัดชี้วัดความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่พัฒนาตามแนวคิดของ Fry และคณะ เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่มีความครอบคลุม และเหมาะสมกับการนำไปใช้วัดกับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีเป็นจำนวนมาก และจากหลากหลายองค์การ อันประกอบด้วย สภาพความเป็นไปทางการเงิน การสนองตอบความต้องการของลูกค้า การส่งเสริม นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และการได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน อีกทั้งยังเป็น การศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ซึ่งเป็นบริบทเดียวกับงานวิจัยของผู้วิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำกับความสำเร็จ

Tucker (1990) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารตามทฤษฎีของ Bass ที่ประกอบด้วย องค์ประกอบภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย ที่จะนำมาใช้กับความสามารถในการปรับตัวของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในด้านความพึงพอใจ ประสิทธิภาพ และความพยายามเป็นพิเศษ ผลการวิจัยพบว่า กราฟ (Profile) ของผู้นำแต่ละคน มีพฤติกรรมกระจายตั้งแต่ภาวะผู้นำแบบตามสบาย จนถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความพึงพอใจ ประสิทธิภาพ และความพยายามเป็นพิเศษ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงช่วยให้ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนส่งผลต่อความพึงพอใจ ประสิทธิภาพ และความพยายามเป็นพิเศษมากขึ้น

Kirby et al. (1992) พบว่า คุณลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนแปลง และผู้นำแบบแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความมีประสิทธิภาพ ยกเว้นการบริหารงานแบบวางเฉยลักษณะเดียวเท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์ และเมื่อทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนการทำวิจัยเชิงปริมาณ ก็พบว่าผู้ตามจะชื่นชอบผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่วนผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์น้อยมาก แม้แต่คุณลักษณะการให้รางวัลตามสถานการณ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และความมีประสิทธิภาพในการวิจัยเชิงปริมาณ แต่ในการวิจัยเชิงคุณภาพกลับไม่มีความสำคัญ ทั้งนี้เพราะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้ยกระดับความต้องการของความต้องการของผู้ตามให้สูงขึ้น

อัญชลี (2540) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของหัวหน้างานกับประสิทธิภาพของกลุ่มงานการพยาบาล พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพของกลุ่มงานการพยาบาลทุกด้าน และตัวประกอบของภาวะผู้นำด้านการเสริมสร้างความสามารถ ผู้ได้บังคับบัญชา และการคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ สามารถร่วมกันทำนายประสิทธิภาพของกลุ่มงานการพยาบาลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อิสระ (2545) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของหัวหน้างานระดับต้นกับ ประสิทธิภาพของตนเอง ในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพของตนเอง

ส่วนภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนนั้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิผลของตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ขวัญเชิญ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการประกอบการ ได้แก่ ความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวนเงินในการลงทุน และนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

รัตติกรณ์ (2548) ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกัน มีภาวะผู้นำแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูง มีภาวะผู้นำโดยรวมและภาวะผู้นำทั้ง 6 องค์ประกอบสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจกับความสำเร็จ

Misrs (1986) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่อำนาจ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยวิศวกร ผู้จัดการโรงงาน และเสมียนประจำสำนักงาน พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Anabloul (1998) ได้ทำการศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการจัดการของผู้จัดการในองค์การของรัฐ ประเทศกานา พบว่าตัวแปรที่สามารถกำหนดประสิทธิผลในการจัดการได้แก่ การรับรู้ การตระหนักรู้ สมรรถนะ ความต้องการ และแรงจูงใจ

กัลยาณี (2542) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม เครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน และสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรรณภรณ์ (2544) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับต้น ของธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เฉลิมพร (2545) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลสำเร็จในการทำธุรกิจ ของนักธุรกิจอิสระจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า นักธุรกิจอิสระมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสำเร็จในการทำธุรกิจแอมเวย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุเมธ (2547) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารหน่วยงานขายในธุรกิจประกันชีวิต พบว่า ผู้บริหารหน่วยงานขายมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับค่อนข้างสูง และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะกับความสำเร็จ

อาทิตย์ (2543) ได้ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ พบว่า ผู้ประกอบการที่ดีต้อง มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง มุ่งมั่นในความสำเร็จ ผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น มานะและทำงานหนัก กระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความรับผิดชอบ เชื่อมั่นในตนเอง สนใจการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม มีความสามารถในการบริหาร มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม กล้าตัดสินใจ มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์ มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร ซื่อสัตย์ มีความประหยัดเพื่ออนาคต มีความรับผิดชอบต่อสังคม

วรรณ (2544) ได้ทำการศึกษาถึงรูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายของลักษณะผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นคงและใฝ่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และภูมิความรู้ความชำนาญด้านประสบการณ์ในการบริหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และตัวแปรทั้งสองยังสามารถยืนยันถึง

อิทธิพลสำคัญในการใช้เป็นตัวทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจได้ถึงร้อยละ 48.86

สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2544) ทำการวิจัยเรื่องการสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย เพื่อวิเคราะห์บุคลิกภาพ ทักษะ ทักษะทางจิตวิทยา วิธีคิดตลอดจนทักษะและปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการ 1,052 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) เมื่อพิจารณาลักษณะของเจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จแล้ว เห็นว่ามีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่มียุทธศาสตร์ของตนเอง ใฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความอดทน ชอบแข่งขันกับตนเอง เชื่อมั่นใจตนเอง เรียนรู้จากความล้มเหลว มักจะทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งสำเร็จเสมอ ทั้งยังพบว่าให้ความสำคัญด้านการตลาดมากกว่าการผลิต ส่วนใหญ่เครือข่ายข้อมูลที่ทำให้เจ้าของกิจการเข้าถึงโอกาสธุรกิจนั้น มักจะมาจากเพื่อนนักธุรกิจ คนในครอบครัว และเพื่อนส่วนตัว 2) ปัจจัยที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน คือ ความซื่อสัตย์ การเน้นคุณภาพสินค้า การปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการ และความคิดใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ เรียงตามลำดับ

สุนทร (2544) ได้ศึกษาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด เพื่อศึกษาถึงลักษณะภูมิความรู้ความชำนาญและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด ที่มีต่อระดับความสำเร็จของการประกอบการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดรวมทั้งสิ้น จำนวน 37 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีภูมิความรู้ความชำนาญจากงานเดิม และใช้กลยุทธ์การดำเนินงานแบบการวางแผนเฉพาะส่วนสำคัญ จะมีระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสูงที่สุด

ภาณี (2545) ทำการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำมีลักษณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีลักษณะเด่นในด้านใฝ่ความสำเร็จ คิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยง กล้าริเริ่ม มั่นใจในตนเอง การจัดการความผิดพลาด

ล้มเหลว แรงจูงใจและพลังงาน วิสัยทัศน์และเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น และข้อสัต์ยสุจริต

ชูเกียรติ (2546) ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม กับผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเจริญเติบโตขององค์การด้านจำนวนพนักงาน และผลประกอบการกำไร-ขาดทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเจริญเติบโตขององค์การทุกด้าน คือ ยอดขาย จำนวนพนักงาน และผลประกอบการกำไร-ขาดทุน

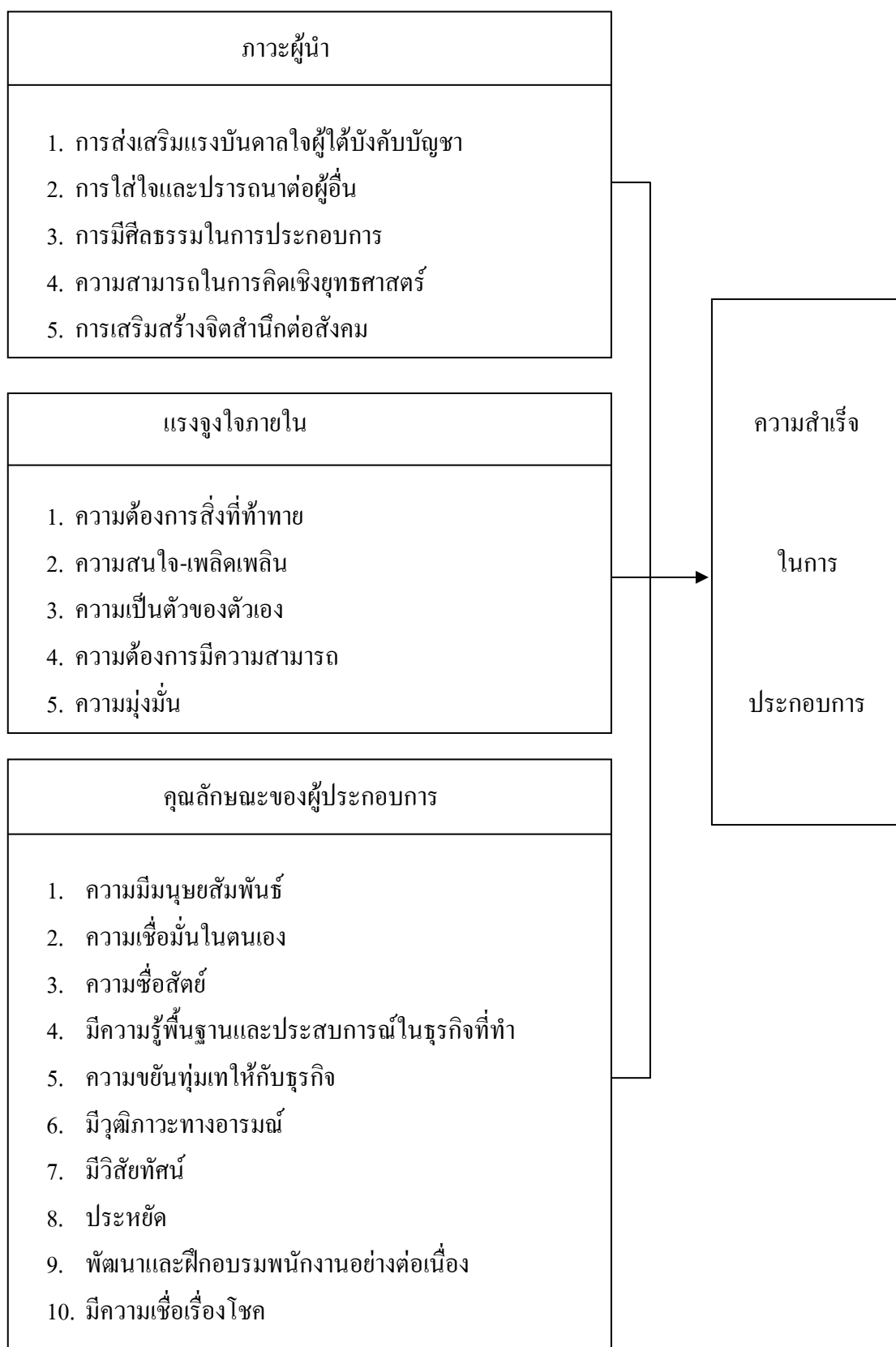
รัชจิรินทร์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ โดยศึกษากับผู้ประกอบการทั่วประเทศไทย จำนวน 500 ราย กระจายทุกภาคธุรกิจ และทุกภาคทั่วประเทศ พบว่า มีปัจจัย 10 ประการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยเรียงลำดับได้ ดังนี้คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อเรื่องโชค

สถิตย์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ โดยมุ่งศึกษากับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่อยู่ในต่างจังหวัด จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำถึง 31 ลักษณะ จากทั้งหมด 44 ลักษณะ โดยวัดจาก 10 ปัจจัยใหญ่ ซึ่งพบว่ามีเพียง 5 ปัจจัยใหญ่เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและลักษณะของการให้บริการ ด้านจรรยาบรรณของนักธุรกิจ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิญญาณของการบริการ ด้านความกล้าเสี่ยงและการตัดสินใจที่แน่วแน่ ด้านการมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่ตนทำอยู่เป็นอย่างดี และด้านความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และการมีวิสัยทัศน์

จากการทบทวนเอกสาร ข้อมูล แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นพบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ส่งผลถึงความสำเร็จในกาประกอบ

ธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และ
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการ และศึกษาตัวแปรด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกกลุ่มกิจการ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ กิจการอุตสาหกรรม กิจการค้าส่งค้าปลีก และกิจการบริการ จากทุกภูมิภาค ทั่วประเทศไทย มีประชากรทั้งสิ้น จำนวน 1,645,530 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546)

ผู้วิจัยทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้ตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 คำนวณความคลาดเคลื่อนเป็นร้อยละ (ยูทช, 2544: 59) จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (รายละเอียดอยู่ใน ภาคผนวก ค)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุ่มรายชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ข้อมูลจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จากกิจการทั้ง 3 ประเภท ทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการเทียบสัดส่วนการกระจายตัวของประชากรจากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546) เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการเก็บข้อมูลการวิจัยให้มีความใกล้เคียงกับลักษณะการกระจายตัวของประชากรตามความเป็นจริงมากที่สุด ดังนี้

ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการประเภทอุตสาหกรรมร้อยละ 20 กิจการค้าส่งค้าปลีกร้อยละ 45 และกิจการบริการร้อยละ 35 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546) มีสัดส่วนดังนี้

ภาคเหนือ (ร้อยละ 18)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	74 คน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 30)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	120 คน
ภาคตะวันออก (ร้อยละ 5)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	20 คน
ภาคตะวันตก (ร้อยละ 4)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	16 คน
ภาคกลาง (ร้อยละ 12)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	50 คน
ภาคใต้ (ร้อยละ 8)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30 คน
กรุงเทพและปริมณฑล (ร้อยละ 23)	เทียบสัดส่วนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	90 คน
	รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น	400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ และแบบเติมคำตอบในช่องว่าง จำนวน 7 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ และประเภทของกิจการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดภาวะผู้นำ ใช้แบบสอบถามของรัตติกรณ์ (2548: 57) ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ข้อคำถาม 30 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดภาวะผู้นำทั้งหมด 6 องค์ประกอบ คือ

1. การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา จำนวน 7 ข้อ (ข้อที่ 1 – 7)
2. การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น จำนวน 6 ข้อ (ข้อที่ 8 – 13)

3. การมีศีลธรรมในการประกอบการ จำนวน 5 ข้อ (ข้อที่ 14 – 18)
4. ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 19 – 22)
5. การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม จำนวน 5 ข้อ (ข้อที่ 23 – 27)
6. การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 28 – 30)

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ	คะแนน
ไม่เคยเลย	0
นานๆ ครั้ง	1
บางครั้ง	2
ค่อนข้างบ่อยครั้ง	3
บ่อยมาก	4

เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน

ในการพิจารณาระดับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจัดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณ (บุญเรียง, 2542: 13) ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละระดับ} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}}$$

สามารถแบ่งระดับภาวะผู้นำได้ดังนี้

- คะแนน 0.00 – 0.80 เท่ากับ ภาวะผู้นำอยู่ในระดับ ต่ำที่สุด
- คะแนน 0.81 – 1.60 เท่ากับ ภาวะผู้นำอยู่ในระดับ ต่ำ
- คะแนน 1.61 – 2.40 เท่ากับ ภาวะผู้นำอยู่ในระดับ ปานกลาง
- คะแนน 2.41 – 3.20 เท่ากับ ภาวะผู้นำอยู่ในระดับ สูง
- คะแนน 3.21 – 4.00 เท่ากับ ภาวะผู้นำอยู่ในระดับ สูงที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดแรงงูใจภายใน เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากแนวคิดแรงงูใจภายในที่ได้จากการศึกษาวิจัยของอรพินทร์ และคณะ (2542) ประกอบด้วย ข้อคำถาม 16 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดแรงงูใจภายในทั้งหมด 5 องค์ประกอบ คือ

1. ความต้องการสิ่งท้าทาย จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 1 – 3)
2. ความสนใจ-เพลิดเพลิน จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 4 – 6)
3. ความเป็นตัวของตัวเอง จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 7 – 10)
4. ความต้องการมีความสามารถ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 11 – 13)
5. ความมุ่งมั่น จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 14 – 16)

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ	คะแนน
เป็นจริงน้อยที่สุด	1
เป็นจริงน้อย	2
เป็นจริงปานกลาง	3
เป็นจริงมาก	4
เป็นจริงมากที่สุด	5

เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน

ในการพิจารณาระดับแรงงูใจภายในของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจัดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณ (บุญเรียง, 2542: 13) ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละระดับ} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}}$$

สามารถแบ่งระดับแรงงูใจภายในได้ดังนี้

- คะแนน 1.00 – 1.80 เท่ากับ แรงงูใจภายในอยู่ในระดับ ต่ำที่สุด
 คะแนน 1.81 – 2.60 เท่ากับ แรงงูใจภายในอยู่ในระดับ ต่ำ
 คะแนน 2.61 – 3.40 เท่ากับ แรงงูใจภายในอยู่ในระดับ ปานกลาง
 คะแนน 3.41 – 4.20 เท่ากับ แรงงูใจภายในอยู่ในระดับ สูง
 คะแนน 4.21 – 5.00 เท่ากับ แรงงูใจภายในอยู่ในระดับ สูงที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากผลการวิจัยของราชรินทร์ และคณะ (2546) ประกอบด้วยข้อคำถาม 30 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้งหมด 10 องค์ประกอบ คือ

1. มนุษยสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 1 – 4)
2. ความเชื่อมั่นในตนเอง จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 5 – 7)
3. ความซื่อสัตย์ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 8 – 10)
4. การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 11 – 13)
5. ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 14 – 16)
6. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 17 – 19)
7. มีวิสัยทัศน์ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 20 – 22)
8. ประหยัด จำนวน 2 ข้อ (ข้อที่ 23 – 24)
9. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 25 – 27)
10. มีความเชื่อเรื่องโชค จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 28 – 30)

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ	คะแนน
เป็นจริงน้อยที่สุด	1
เป็นจริงน้อย	2

เป็นจริงปานกลาง	3
เป็นจริงมาก	4
เป็นจริงมากที่สุด	5

เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน

ในการพิจารณาระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจัดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณ (บุญเรียง, 2542: 13) ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละระดับ} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}}$$

สามารถแบ่งระดับแรงจูงใจภายในได้ดังนี้

คะแนน 1.00 - 1.80 เท่ากับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับ ต่ำที่สุด
 คะแนน 1.81 - 2.60 เท่ากับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับ ต่ำ
 คะแนน 2.61 - 3.40 เท่ากับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับ ปานกลาง
 คะแนน 3.41 - 4.20 เท่ากับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับ สูง
 คะแนน 4.21 - 5.00 เท่ากับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับ สูงที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามวัดความสำเร็จในการประกอบการ ใช้แบบสอบถามของ รัตติกรณ์ (2548: 33) ที่พัฒนาขึ้นจากแบบวัดความสำเร็จในการประกอบการตามแนวคิดของ Fry et al. ประกอบด้วย ข้อคำถาม 13 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดความสำเร็จในการประกอบการทั้งหมด 4 องค์ประกอบ คือ

1. สภาพความเป็นไปทางการเงิน จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 1 – 4)
2. การสนองตอบความต้องการของลูกค้า จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 5 – 7)
3. การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 8 – 10)
4. การได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน จำนวน 3 ข้อ (ข้อที่ 11 – 13)

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ	คะแนน
เป็นจริงน้อยที่สุด	1
เป็นจริงน้อย	2
เป็นจริงปานกลาง	3
เป็นจริงมาก	4
เป็นจริงมากที่สุด	5

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ในการพิจารณาระดับแรงจูงใจภายในของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจัดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณ (บุญเรียง, 2542: 13) ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละระดับ} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}}$$

สามารถแบ่งระดับแรงจูงใจภายในได้ดังนี้

- คะแนน 1.00 - 1.80 เท่ากับ ความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับ ต่ำที่สุด
- คะแนน 1.81 - 2.60 เท่ากับ ความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับ ต่ำ
- คะแนน 2.61 - 3.40 เท่ากับ ความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับ ปานกลาง
- คะแนน 3.41 - 4.20 เท่ากับ ความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับ สูง
- คะแนน 4.21 - 5.00 เท่ากับ ความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับ สูงที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและประเด็นที่สำคัญต่างๆ ตลอดจนภาษาที่ใช้เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสม ถูกต้อง

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามวัดแรงงูใจภายใน และแบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน 2 ฉบับ ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากร 30 คน และนำผลที่ได้มาทำการหาค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอน บาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบสอบถามวัดแรงงูใจภายใน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .92 (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข ตารางผนวกที่ 2)

2. แบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข ตารางผนวกที่ 3)

ส่วนแบบสอบถามวัดภาวะผู้นำ และความสำเร็จในการประกอบการ ผู้วิจัยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอน บาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของรัตติกรณ์ (2548) ที่ทำการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ ดังนี้

1. แบบสอบถามวัดภาวะผู้นำ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .92 (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข ตารางผนวกที่ 1)

2. แบบสอบถามวัดความสำเร็จในการประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .88
(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข ตารางผนวกที่ 4)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ และส่วนที่ผู้วิจัยไปทำการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดยกำหนดให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาอย่างน้อย 400 ชุด จากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ และเก็บข้อมูลตามสัดส่วนที่ผู้วิจัยวางแผนไว้ในแต่ละภูมิภาค ทั่วประเทศ
2. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น จำนวน 409 ชุด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้ข้อมูลทั้งหมดนี้เป็นกลุ่มตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์ระดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูค่าการกระจายของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อใช้พยากรณ์ตัวแปรตามตัวหนึ่ง ซึ่งส่งผลมาจากตัวแปรต้น 2 ตัวแปรขึ้นไป โดยใช้เทคนิควิธี Stepwise

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ย
S.D.	=	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	=	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
R	=	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	=	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
a	=	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์
b	=	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Beta	=	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
S.E.b	=	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ b
*	=	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	=	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ และเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทกิจการ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการประกอบการ แรงจูงใจภายในกับความสำเร็จในการประกอบการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทกิจการ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ และประเภทกิจการ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	238	58.20
หญิง	171	41.80
รวม	409	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	98	24.00
30 - 44 ปี	158	38.60
45 - 59 ปี	133	32.50
60 ปีขึ้นไป	20	4.90
รวม	409	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	94	23.00
ปริญญาตรี	266	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.00
รวม	409	100.00
ตำแหน่งปัจจุบัน		
ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ	127	31.10
ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้บริหารกิจการ	110	26.90
ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ และเป็นผู้บริหารกิจการ	163	39.90
อื่นๆ	9	2.10
รวม	409	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้</u>		
1-5 ปี	167	40.85
6-10 ปี	90	22.00
11-15 ปี	55	13.40
16 ปีขึ้นไป	97	23.75
รวม	409	100.00
<u>ที่ตั้งสถานประกอบการ</u>		
ภาคเหนือ	76	18.60
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	123	30.10
ภาคตะวันออก	20	4.90
ภาคตะวันตก	20	4.90
ภาคกลาง	50	12.20
ภาคใต้	30	7.30
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	90	22.00
รวม	409	100.00
<u>ประเภทกิจการ</u>		
ผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมขนาดเล็ก	95	23.20
ผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมขนาดกลาง	18	4.40
รวมกิจการผลิต	113	27.60
ค้าส่งหรือค้าปลีกขนาดเล็ก	156	38.10
ค้าส่งหรือค้าปลีกขนาดกลาง	26	6.40
รวมกิจการค้าส่งหรือค้าปลีก	182	44.50
บริการขนาดเล็ก	103	25.20
บริการขนาดกลาง	11	2.70
รวมกิจการบริการ	114	27.90
รวม	409	100.00

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 409 คน สามารถอธิบายข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs ได้ดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 58.20 ส่วนเพศหญิง มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

อายุ พบว่า เมื่อแยกอายุของผู้ประกอบการออกเป็น 4 กลุ่ม ส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 30 - 44 ปี มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ อายุตั้งแต่ 45 - 59 ปี มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ต่อมาคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตำแหน่งปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งปัจจุบันเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้บริหารกิจการมากที่สุด มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 รองลงมาคือตำแหน่งผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 ต่อมาเป็นตำแหน่งผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้บริหารกิจการ มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 และน้อยที่สุดคือตำแหน่งอื่นๆ ซึ่งเป็นพนักงานระดับบริหาร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10

ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ พบว่า เมื่อแยกระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ออกเป็น 4 กลุ่ม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ตั้งแต่ 1 - 5 ปีมากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 40.85 รองลงมาคือมากกว่า 16 ปีขึ้นไป มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ต่อมาคือระยะเวลาดังแต่ 6 - 10 ปี มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และระยะเวลาดังแต่ 11 - 15 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40

ที่ตั้งสถานประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาเป็นกรุงเทพฯและปริมณฑล มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ต่อมาเป็นภาคเหนือ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 เป็นภาคกลาง

จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 เป็นภาคใต้ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 เป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และเป็นภาคตะวันออก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ ซึ่งมีความใกล้เคียงตามสัดส่วนที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นกิจการประเภทค้าส่งหรือค้าปลีกมากที่สุด มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 แบ่งเป็นขนาดเล็กจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 เป็นขนาดกลางจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 รองลงมาเป็นกิจการประเภทการผลิตหรืออุตสาหกรรม มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 แบ่งเป็นขนาดเล็กจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 เป็นขนาดกลางจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 สุดท้ายเป็นกิจการประเภทบริการซึ่งมีน้อยที่สุด คือมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 แบ่งเป็นขนาดเล็กจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 เป็นขนาดกลางจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ซึ่งมีความใกล้เคียงตามสัดส่วนที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของ SMEs

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาวะผู้นำโดยรวม	3.01	.48	สูง
- การมีศีลธรรมในการประกอบการ	3.36	.59	สูงที่สุด
- การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น	3.05	.56	สูง
- การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ	2.95	.67	สูง
- การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ได้บังคับบัญชา	2.94	.58	สูง
- ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์	2.89	.64	สูง
- การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม	2.86	.69	สูง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
แรงจูงใจภายในโดยรวม	3.98	.59	สูง
- ความมุ่งมั่น	4.16	.68	สูง
- ความเป็นตัวของตัวเอง	4.11	.68	สูง
- ความต้องการมีความสามารถ	4.07	.71	สูง
- ความสนใจ-เฟลิดเฟลิน	4.00	.70	สูง
- ความต้องการสิ่งท้าทาย	3.56	.77	สูง
คุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวม	3.93	.53	สูง
- ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ	4.14	.70	สูง
- ความซื่อสัตย์	4.10	.68	สูง
- การมีวุฒิภาวะทางอารมณ์	3.96	.65	สูง
- ความประหยัด	3.95	.73	สูง
- การมีวิสัยทัศน์	3.94	.69	สูง
- การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ ในธุรกิจที่ทำ	3.91	.67	สูง
- ความเชื่อมั่นในตนเอง	3.90	.71	สูง
- การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง	3.84	.74	สูง
- การมีความเชื่อเรื่องโชค	3.78	.70	สูง
- การมีมนุษยสัมพันธ์	3.77	.60	สูง
ความสำเร็จในการประกอบการ	3.63	.58	สูง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะ
ของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการ มีภาวะผู้นำโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 เมื่อพิจารณาภาวะผู้นำในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ผู้ประกอบการมีองค์ประกอบด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการอยู่ในระดับสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 มีองค์ประกอบด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจ ผู้ได้บังคับบัญชา ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ และด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 2.95 2.94 2.89 และ 2.86 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการ มีแรงจูงใจภายในโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจภายในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ผู้ประกอบการ มีองค์ประกอบด้านความมุ่งมั่น ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความต้องการมีความสามารถ ด้านความสนใจ-ผลิตผลิต และ ด้านความต้องการสั่งทำทาสอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 4.11 4.07 4.00 และ 3.56 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการ มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาคูณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ผู้ประกอบการมีองค์ประกอบด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านความประหยัด ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ด้านการมีความเชื่อเรื่องโชค และด้านการมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.11 3.96 3.95 3.95 3.91 3.90 3.84 3.78 และ 3.77 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการ มีความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการประกอบการ แรงจูงใจภายในกับความสำเร็จในการประกอบการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แยกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการประกอบการ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) กับความสำเร็จในการประกอบการ
ภาวะผู้นำโดยรวม	.50**
- การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา	.45**
- การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม	.41**
- ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์	.39**
- การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ	.36**
- การมีศีลธรรมในการประกอบการ	.36**
- การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น	.34**

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาวะผู้นำโดยรวมทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .50 เมื่อพิจารณาภาวะผู้นำแยกตามองค์ประกอบ พบว่า ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการ และด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .45 .41 .39 .36 .36 และ .34 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 แรงงูใจภายในมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบกิจการของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจภายในกับความสำเร็จในการประกอบกิจการ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) กับความสำเร็จในการประกอบกิจการ
แรงงูใจภายในโดยรวม	.47**
- ความมุ่งมั่น	.45**
- ความสนใจ-ผลิตเพลิน	.42**
- ความต้องการมีความสามารถ	.39**
- ความเป็นตัวของตัวเอง	.38**
- ความต้องการสิ่งที่ท้าทาย	.34**

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า แรงงูใจภายในโดยรวมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความสำเร็จในการประกอบกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เท่ากับ .47 เมื่อพิจารณาแรงงูใจภายในแยกตามองค์ประกอบ พบว่า ด้านความมุ่งมั่น ด้านความสนใจ-ผลิตเพลิน ด้านความต้องการมีความสามารถ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และ ด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .45 .42 .39 .38 และ .34 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการ ประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) กับความสำเร็จในการประกอบการ
คุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวม	.54**
- การมีวิสัยทัศน์	.47**
- การพัฒนาและฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง	.47**
- การมีความเชื่อเรื่องโชค	.46**
- ความเชื่อมั่นในตนเอง	.45**
- การมีวุฒิภาวะทางอารมณ์	.41**
- การมีมนุษยสัมพันธ์	.41**
- การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ	.40**
- ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ	.39**
- ความซื่อสัตย์	.35**
- ความประหยัด	.33**

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวมทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .56 เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของผู้ประกอบการแยกตามองค์ประกอบ พบว่า ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่าง ด้านการมีความเชื่อเรื่องโชค ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความประหยัด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .47 .47 .46 .45 .41 .41 .40 .39 .35 และ .33 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถ
ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธี
Stepwise ของตัวแปรพยากรณ์ที่ร่วมกันทำนายความสำเร็จในการประกอบการของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.b	Beta	t	p
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	.29	.08	.27	3.64	.00
ภาวะผู้นำ	.29	.07	.24	4.25	.00
แรงจูงใจภายใน	.14	.06	.14	2.19	.03
ค่าคงที่ ¹ (a)	1.06				
R = .57	R ² _{adj} = .32		Overall F = 65.31*		
R ² = .33					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการ
ด้วยตัวแปร ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า คุณลักษณะ
ของผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำ และแรงจูงใจภายใน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการ
ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จใน
การประกอบการได้ร้อยละ 32.00 ($R^2_{adj} = .32$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .57
เมื่อนำตัวแปรทั้งสามตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการมาจัดเป็นสมการ
จะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความสำเร็จในการประกอบการ} &= 1.06 + .29 (\text{คุณลักษณะของผู้ประกอบการ}) \\ &+ .29 (\text{ภาวะผู้นำ}) + .14 (\text{แรงจูงใจภายใน}) + e \end{aligned}$$

และสมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{ความสำเร็จในการประกอบการ}} = .27 (\text{คุณลักษณะของผู้ประกอบการ}) + .24 (\text{ภาวะผู้นำ}) + .14 (\text{แรงจูงใจภายใน})$$

จากสมการพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการสูงสุด คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ภาวะผู้นำ และแรงจูงใจภายใน ตามลำดับ

ข้อวิจารณ์

การศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยนำเสนอข้อวิจารณ์ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีภาวะผู้นำอยู่ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการมีพฤติกรรมหรือความสามารถในการมีอิทธิพลที่จะจูงใจ โน้มน้าว ให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชาและการดำเนินกิจการต่างๆ ในองค์กร ให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้านของภาวะผู้นำ พบว่า ด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการจะต้องทำหน้าที่สำคัญในการเป็นผู้นำขององค์กร จึงจำเป็นต้องประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับผู้ตาม มีศีลธรรมและจริยธรรมสูง รักษาคำพูด ดำเนินการอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ตามแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass และ Avolio (1991 อ้างถึงใน รัตติกรณ์, 2545ก) ที่ผู้นำจะต้องเป็นรูปแบบของผู้ตาม เป็นผู้ที่ไว้ใจได้ว่าจะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง หลีกเลี่ยงที่จะใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน แต่จะประพฤติตนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นและประโยชน์ของส่วนรวม ซึ่งผู้นำจะได้รับการยกย่อง เคารพนับถือ ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงาน

ส่วนภาวะผู้นำด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ได้บังคับบัญชา การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ พบว่าอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ประกอบการมีบทบาทในการกำหนดทิศทางขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ต้องใช้ความคิดเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยตอบคำถามของธุรกิจว่าต้องการจะไปไหน และจะไปถึงที่นั่นได้อย่างไร รวมถึงมีหน้าที่ในการสื่อสารค่านิยม ทิศทาง และความคาดหวังเหล่านั้นไปสู่ผู้ได้บังคับบัญชาอย่างมีประสิทธิภาพด้วย (นิตย, 2546: 22-23) และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ นั้น มักมีการจ้างงานไม่มากนัก ผู้ประกอบการจึงมีความสนิทสนมใกล้ชิดกับผู้ได้บังคับบัญชามาก ให้ความเป็นกันเอง และปฏิบัติตัวเหมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน จึงมักให้ความดูแลและพัฒนาผู้ได้บังคับบัญชาผ่านการเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งเสริมสนับสนุน และเปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้แสดงศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ต้องเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ รอบตัวด้วย เพราะผู้ประกอบการ ควรจะต้องฟังคำแนะนำ และการให้คำปรึกษาจากผู้อื่นบ้าง เปรียบเสมือนเป็นกระจกสะท้อนพฤติกรรมของตัวเองผู้ประกอบการเองเพื่อใช้ในการกำจัดจุดอ่อนให้น้อยลง และพัฒนาจุดแข็งให้แข็งแกร่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของตนก้าวหน้า และรู้เท่าทันซึ่งการเปลี่ยนแปลง

ส่วนด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ และการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมนั้น เป็นลักษณะเด่นของผู้ประกอบการในสังคมไทย เช่น เรื่องของการรักษาน้ำใจผู้อื่น การให้อภัย การมีเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารี ความเสียสละ และส่งเสริมจริยธรรมอันดีให้กับผู้อื่น ล้วนเป็นสิ่งที่คนไทยให้ความสำคัญ ชื่นชมยกย่อง และอาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบของบริบทที่เกิดขึ้นจากการขัดเกลาทางสังคมแบบไทยๆ โดยเฉพาะ เพราะสังคมไทยมีความเชื่อว่าผู้นำที่ดีไม่ใช่จะเก่งเฉพาะในการดำเนินธุรกิจเพื่อทำผลกำไรเท่านั้น แต่จะต้องเสียสละ มีความรับผิดชอบ มีคุณธรรม และไม่ดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น สังคมและประเทศชาติ

แรงจูงใจภายในของผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาแรงจูงใจภายในของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจภายในอยู่ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการมีแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตน โดยมีเป้าหมายเพื่อการบรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ตนเองปรารถนา และสร้างความพึงพอใจ

สูงสุด โดยไม่ต้องอาศัยรางวัลภายนอก หรือกฎเกณฑ์ภายนอกเป็นข้อบังคับในระดับสูง และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้านของแรงจูงใจภายใน ซึ่งได้แก่ ความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ความเป็นตัวของตัวเอง ความสนใจ-เพลิดเพลิน ความต้องการมีความสามารถ และความมุ่งมั่นแล้ว พบว่าแรงจูงใจภายในในแต่ละด้านก็อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้เนื่องมาจากตัวผู้ประกอบการนั้นเป็นผู้ริเริ่ม และยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุน ประกอบกิจการทุกอย่างด้วยตนเอง ผลตอบแทนที่ได้รับกลับมาจึงมักเป็นรางวัลภายในที่จะสร้างความภาคภูมิใจ และตอบสนองความต้องการจากภายในของตนได้ ผู้ประกอบการมีความเชื่อว่าผลลัพธ์ต่างๆ เกิดจากการกระทำอันเนื่องมาจากความพยายามของตนเอง ตนเป็นผู้ที่สามารถกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวในชีวิตได้ เพราะต้องการที่จะลิขิตสิ่งต่างๆ ในชีวิตด้วยตนเอง มากกว่าการถูกควบคุมความคิดและการกระทำจากผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแรงจูงใจภายในของ Haywood & Switzky (1986 อ้างถึงใน อรพินทร์ และคณะ, 2542: 14) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเลือกที่จะออกมารับภาวะความเสี่ยงของรายได้ที่ไม่แน่นอน มากกว่าการอยู่รับผลตอบแทนที่มั่นคงจากการเป็นพนักงานประจำ จึงแสดงพฤติกรรมของตนออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจกับการทำงานที่แปลกใหม่ ชับซ้อน และยากพอเหมาะกับความสามารถของตน กระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น ตลอดจนมีความสุขและเพลิดเพลินกับการทำกิจกรรมที่น่าสนใจ เป็นตัวของตัวเอง มีอิสระในการคิดและการกระทำ ต้องการที่จะเรียนรู้ พัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง และมุ่งมั่นทำงานให้บรรลุผลด้วยความสามารถของตนเอง

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการมีลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้านของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ การมีวิสัยทัศน์ การมีวิสัยทัศน์ ความประหยัด การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และการมีความเชื่อเรื่องโชคแล้ว พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้านก็อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ประกอบการเป็นผู้นำสูงสุดขององค์กร มีหน้าที่สำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายเพื่อความสำเร็จ อย่างถูกทิศทาง ถูกจังหวะ และโอกาส โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันสูง มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอย่างทุกวันนี้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีลักษณะบางอย่างที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน การดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของศักยภาพส่วนตัวของผู้ประกอบการที่ต้องมีเหนือคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะที่เสนอโดย Pickle เช่น การมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการพัฒนาธุรกิจ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน บ่อยครั้งผู้ประกอบการจะต้องเสียสละความสุขสบายส่วนตัวเพื่อมาทุ่มเทเวลาและความพยายามในการพัฒนาธุรกิจของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของการตั้งธุรกิจขึ้นใหม่ การมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจอย่างเฉียบขาด แม่นยำ และมีความสามารถในการสั่งการ เพื่อนำแผนงานไปปฏิบัติได้อย่างจับใจนั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เสนอโดย Gallup and Gallup ผู้ประกอบการจะต้องรู้จักการประหยั้อย่างสมเหตุสมผล ให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพที่ดี และมักมีความเชื่อเรื่องโชคว่าตนเองสามารถมีโอกาสดีๆ ในชีวิตได้เสมอ และในการทำธุรกิจการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วน เพื่อนร่วมงาน ผู้ได้บังคับบัญชา หรือลูกค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่เหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อประสานงานกับผู้อื่น มีความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังต้องรู้จักกระจายความรับผิดชอบและสร้างความรู้สึกรับผิดชอบให้กับพนักงานที่มีความสามารถ มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการยอมรับ และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรอย่างทุ่มเท (นิคย์, 2546: 104-105)

ความสำเร็จในการประกอบการ

ผลการศึกษาความสำเร็จในการประกอบการ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้ โดยวัดตามการรับรู้ของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องมาจากหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 ภาครัฐได้หันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง ให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงิน ด้านภาษีและกฎระเบียบ ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านเทคโนโลยี เพื่อให้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ เพราะ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีปริมาณถึงร้อยละ 95 ของกิจการทั้งหมดภายในประเทศ ซึ่งถือเป็นฐานรากสำคัญอย่างยิ่งของเศรษฐกิจไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546, 211-212) ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนคนงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มสูงขึ้น (อำนาจ, 2546: 13) อีกทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความได้เปรียบธุรกิจขนาดใหญ่อยู่หลายด้านด้วยกัน เช่น ความยืดหยุ่นของธุรกิจที่มีมากกว่าในสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น มีความใกล้ชิดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่า เป็นต้น

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($r = .50$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้าน พบว่า องค์ประกอบทุกๆ ด้านของภาวะผู้นำ ซึ่งได้แก่ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ได้บังคับบัญชา ($r = .45$) ด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ($r = .34$) ด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการ ($r = .34$) ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ ($r = .39$) ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม ($r = .41$) และด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ($r = .36$) ต่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งสิ้น

ทั้งนี้สอดคล้องงานวิจัยของ รัตติกรณ์ (2548) ที่ทำการศึกษาภาวะผู้นำและทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกันมีภาวะผู้นำแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงมีภาวะผู้นำสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำ

จากผลการวิจัยยังพบว่าองค์ประกอบของภาวะผู้นำหลายด้านมีผลสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass และ Avolio (1991 อ้างถึงใน รัตติกรณ์, 2545ก)

อันได้แก่ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา สอดคล้องกับองค์ประกอบการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) โดยการที่ผู้นำจะประพจน์ในทางที่มุ่งใจให้เกิดแรงบันดาลใจให้กับผู้ตาม ผู้นำจะแสดงการอุทิศตัวหรือผูกพันกับเป้าหมายหรือวิสัยทัศน์ร่วมกัน และองค์ประกอบด้านการกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) โดยผู้นำจะกระตุ้นการสร้างระบบความคิดให้ผู้ตาม ได้เห็นถึงปัญหา แนวทางใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา และเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ส่วนด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการ และด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม ก็มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) โดยผู้นำจะต้องทำตัวเป็นแบบอย่าง มีศีลธรรมและจริยธรรม มีการบริหารอารมณ์ที่ดี และมีสมรรถภาพ มีความตั้งใจ และเชื่อมั่นในการกระทำสิ่งต่างๆ และด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ก็มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) ซึ่งเป็นการยอมรับซึ่งความแตกต่างทั้งทางการกระทำและความคิดของผู้กับผู้อื่น ส่วนในด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์นั้น ก็มีหน้าที่สอดคล้องกับองค์ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) ในเรื่องของการที่ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

จะเห็นได้ว่าจากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยทางภาวะผู้นำหลายเรื่องที่ยืนยันว่าภาวะผู้นำนั้นสามารถส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของทั้งตัวผู้นำและองค์การ ส่งผลต่อความสำเร็จในการกระทำต่างๆ ของบุคคล เช่น งานวิจัยของอัญชลี (2540) ที่พบว่าภาวะผู้นำของหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาล งานวิจัยของอิสระ (2545) ที่พบว่าภาวะผู้นำของหัวหน้างานระดับต้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของตนเอง งานวิจัยของขวัญเชิญ (2546) ที่พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการประกอบการได้แก่ ความสามารถของผู้ประกอบการ งานวิจัยของ Tucker (1990) และ Kirby et al. (1992) ที่พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับความมีประสิทธิผลของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass และ Avolio (1991 อ้างถึงใน รัตติกรณ์, 2545ก) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างมากว่ามีความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนรวดเร็วแบบยุคปัจจุบันนี้ ถึงแม้ว่าองค์ประกอบหลายๆ อย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะไม่ได้พัฒนาเครื่องมือมาจากแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงก็ตาม แต่ก็มีหลายองค์ประกอบที่สอดคล้องกับองค์ประกอบในแนวคิดทฤษฎีด้วย ถึงแม้ว่าจะเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างภาวะผู้นำในบริบทของคนไทย แต่ก็มีหลายรายละเอียดในหลายองค์ประกอบของงานวิจัยที่เห็นได้ว่ามีความเหมือน สอดคล้อง และมีการผสมผสานเอาหลายๆ องค์ประกอบของแนวคิดทฤษฎี

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเอาไว้ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าความเหมือนในหลายๆ องค์ประกอบนี้เกิดจากการเป็นภาวะผู้นำที่มีลักษณะเป็นสากล เป็นรายละเอียดของภาวะผู้นำมีการศึกษาและให้ผลออกมาสอดคล้องกันเป็นสากลทั่วโลก เช่น การที่ผู้นำจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดี มีวิสัยทัศน์ มีศีลธรรม รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และจะต้องสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมงาน ส่วนองค์ประกอบในหลายๆ ส่วนที่มีความแตกต่างออกไปนั้น เกิดจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ค่านิยม และบริบทของสังคมที่เป็นแบบไทยๆ เช่น การที่ผู้นำจะต้องมีการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น โดยการรักษาหน้าใจ มีเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารี และรู้จักการให้อภัยแก่ความผิดพลาดของผู้อื่น ซึ่งผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยทั้งที่เป็นความเหมือน และความแตกต่างครั้งนี้ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะนำไปใช้เพื่อการพัฒนาภาวะผู้นำให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($r = .47$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้าน พบว่า องค์ประกอบทุกๆ ด้านของแรงจูงใจภายใน ซึ่งได้แก่ ด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ($r = .34$) ด้านความสนใจ-เพลิดเพลิน ($r = .42$) ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ($r = .38$) ด้านความต้องการมีความสามารถ ($r = .39$) และด้านความมุ่งมั่น ($r = .45$) ต่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งสิ้น

ทั้งนี้สอดคล้องกับรายงานการวิจัย การพัฒนาแบบวัดแรงจูงใจภายใน ของอรพินทร์ ชูชม และคณะ (2542) ที่พบว่า แรงจูงใจภายในที่พัฒนาขึ้นทั้ง 5 องค์ประกอบนี้ มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎี และมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งหมายความว่า แรงจูงใจภายในนี้มีความสัมพันธ์กับความมานะพากเพียร ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความมีประสิทธิภาพของพฤติกรรม

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าองค์ประกอบของแรงจูงใจภายใน ด้านความต้องการมีความสามารถ ด้านความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ด้านความ

สนใจ-ผลิตผลิต และด้านความมุ่งมั่น มีความสอดคล้องกับแนวคิดแรงจูงใจภายในของ Haywood and Burke ของ Harter และของ Deci et al. (อ้างถึงใน อรพินทร์, 2542: 42) ซึ่งกล่าวว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจภายในเป็นบุคคลที่แสวงหาความพึงพอใจจากปัจจัยภายในงาน เช่น ความท้าทาย ความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ ความตื่นตัวภายในจากการเรียนรู้ หรืองานที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียะ ดังนั้นบุคคลจะกระทำการต่างๆ ด้วยความสนใจ มากกว่าจะกระทำการต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ โดยการยึดปัจจัยภายในงาน เช่น ความง่าย ความสบาย ความปลอดภัย ความมั่นคง ความสะดวก และการเพิ่มพูนทางวัตถุ กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้ทำกิจกรรมที่น่าสนใจ เป็นกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถของบุคคลอย่างเหมาะสม ก็จะทำให้เกิดความชอบ ผลิตผลิต และเกิดความพยายามที่จะเอาชนะและมีความมุ่งมั่นพากเพียร อีกทั้งความต้องการที่จะมีความสามารถ และความต้องการลึกลับต่างๆ ด้วยตนเองทำให้บุคคลแสวงหาและเอาชนะสิ่งท้าทายที่พอเหมาะเหล่านั้นได้

จะเห็นได้ว่าจากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยทางแรงจูงใจหลายเรื่องที่ยืนยันว่าแรงจูงใจนั้นสามารถส่งผลต่อประสิทธิผลของตัวบุคคล ส่งผลต่อความสำเร็จในพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลได้ เช่น งานวิจัยของกัลยาณี (2542) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน งานวิจัยของวรรณภรณ์ (2544) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับต้น งานวิจัยของเฉลิมพร (2545) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ งานวิจัยของสุเมธ (2547) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารหน่วยงาน และยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในส่วน of แรงจูงใจที่เป็นความต้องการในระดับสูงของ Maslow คือ เป็นความต้องการที่จะสมหวังในชีวิต มีเกียรติยศชื่อเสียง ต้องการความสำเร็จ แนวคิดทฤษฎีของ Herzberg คือ การยกย่อง ความก้าวหน้า ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ท้าทาย และแนวคิดทฤษฎีของ McClelland ที่ต้องการจะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เลี่ยงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้สูง และสนุกกับการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นๆ ผู้ประกอบการต้องการแข่งขันกับตัวเอง ต้องการประสบความสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานที่ยากและท้าทาย ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยจูงใจภายในทั้งสิ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดความสนใจ การเลือก และการกำหนดพฤติกรรม จนทำให้เกิดกิจกรรม พลังงาน และพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($r = .54$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้าน พบว่า องค์ประกอบทุกๆ ด้านของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ($r = .41$) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ($r = .45$) ด้านความซื่อสัตย์ ($r = .35$) ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ($r = .40$) ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ($r = .39$) ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ($r = .41$) ด้านการมีวิสัยทัศน์ ($r = .47$) ด้านความประหยัด ($r = .33$) ด้านการพัฒนาและฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ($r = .47$) และด้านการมีความเชื่อเรื่องโชค ($r = .46$) ต่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งสิ้น

ทั้งนี้สอดคล้องงานวิจัยของ ราชรินทร์ และคณะ (2546) ที่ทำการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับดังนี้คือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการหลายด้านก็สอดคล้องกับงานวิจัยทางคุณลักษณะของผู้ประกอบการอีกหลายชิ้น ซึ่งยืนยันว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการนั้นสามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ เช่น งานวิจัยของอาทิตย์ (2543) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้อง มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น เชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจ ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์และสนใจการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม มานะและทำงานหนัก มีความรับผิดชอบ มีความประหยัดเพื่ออนาคต มีความสามารถในการบริหารและการคิดวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง งานวิจัยของวรรณ (2544) ที่พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นคงและใส่ใจในการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของสุนทร (2544) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่มีภูมิความรู้ความชำนาญจากงานเดิม และใช้กลยุทธ์การดำเนินงานแบบการวางแผนเฉพาะส่วนสำคัญ จะมีระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสูงที่สุด งานวิจัยของภาณี (2545) และงานวิจัยของภาสกร (2545) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำมีลักษณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีลักษณะเด่นในด้านใฝ่ความสำเร็จ คิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยง กล้าริเริ่ม มั่นใจในตนเอง การจัดการความผิดพลาดล้มเหลว แรงจูงใจและพลังงาน วิสัยทัศน์และเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น และชื่อเสียงสุจริต งานวิจัยของชูเกียรติ (2546) ที่พบว่า ลักษณะความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเจริญเติบโตขององค์การด้านจำนวนพนักงาน และผลประกอบการกำไร-ขาดทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเจริญเติบโตขององค์การทุกด้าน คือ ยอดขาย จำนวนพนักงาน และผลประกอบการกำไร-ขาดทุน การศึกษาวิจัยของสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2544) ที่พบว่า 1) เมื่อพิจารณาลักษณะของเจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จแล้ว มีแนวโน้มที่จะมีลักษณะพึงตนเอง ใฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความอดทน ชอบแข่งขันกับตนเอง เชื่อมั่นใจตนเอง เรียนรู้จากความล้มเหลว มักจะทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งสำเร็จเสมอ ส่วนใหญ่เครือข่ายข้อมูลที่ทำให้เจ้าของกิจการเข้าถึงโอกาสธุรกิจนั้น มักจะมาจากเพื่อนนักธุรกิจคนในครอบครัว และเพื่อนส่วนตัว 2) ปัจจัยที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน คือ ความซื่อสัตย์ การเน้นคุณภาพสินค้า การปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการ และความคิดใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ เรียงตามลำดับ และงานวิจัยของสถิตย์ และคณะ (2546) ที่พบว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำถึง 31 ลักษณะ จากทั้งหมด 44 ลักษณะ โดยวัดจาก 10 ปัจจัยใหญ่ ซึ่งพบว่ามีเพียง 5 ปัจจัยใหญ่เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และลักษณะของการให้บริการ ด้านจรรยาบรรณของนักธุรกิจ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิญญาณของการบริการ ด้านความกล้าเสี่ยง และการตัดสินใจที่แน่วแน่ ด้านการมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่ตนทำอยู่เป็นอย่างดี และด้านความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และการมีวิสัยทัศน์

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำ และแรงจูงใจ ภายใน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการได้ร้อยละ 32.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี (2540) ที่พบว่าภาวะผู้นำด้านการเสริมสร้างความสามารถของผู้ได้บังคับบัญชา และการคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์บุคคล สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาลได้ งานวิจัยของขวัญเชิญ (2546) ที่พบว่าความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ และงานวิจัยของ Tucker (1990) ที่พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อประสิทธิผลของตนเอง งานวิจัยของกัลยาณี (2542) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้ งานวิจัยของ Misrs (1986) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้ และงานวิจัยของ Analoul (1998) ที่พบว่าแรงจูงใจสามารถกำหนดประสิทธิผลในการจัดการของผู้จัดการได้ งานวิจัยของวรรณ (2544) ที่พบว่าลักษณะผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 48.86

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการ และศึกษาตัวแปรด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ทุกกลุ่มกิจการ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ กิจการอุตสาหกรรมหรือกิจการผลิตสินค้า กิจการการค้าปลีกและการค้าส่ง และกิจการบริการ จากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ประชากรจำนวน 1,645,530 ราย กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 409 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ และประเภทของกิจการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ เป็นแบบสอบถามวัดภาวะผู้นำที่รัตติกรณ์ (2548: 57) สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาภาวะผู้นำและทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ข้อคำถาม 30 ข้อ แบบสอบถาม

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดภาวะผู้นำทั้งหมด 6 องค์ประกอบ คือ การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรม ในการประกอบการ ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดแรงจูงใจภายในของผู้ประกอบการ เป็นแบบสอบถามวัดแรงจูงใจภายในที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากแนวคิดแรงจูงใจภายในที่ได้จากการศึกษาวิจัยของ อรพินทร์ และคณะ (2542) แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 16 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความต้องการสิ่งท้าทาย ความสนใจ-เพลิดเพลิน ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการมีความสามารถ ความมุ่งมั่น

ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นแบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากผลการศึกษาวิจัยของรัชจรินทร์ และคณะ (2546) ประกอบด้วยข้อคำถาม 30 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้งหมด 10 องค์ประกอบ คือ มนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรม พนักงานอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อเรื่องโชค

ตอนที่ 5 แบบสอบถามวัดความสำเร็จในการประกอบการ เป็นแบบสอบถามวัดความสำเร็จในการประกอบการที่รัตติกรณ์ (2548: 33) พัฒนาขึ้นจากแบบวัดความสำเร็จในการประกอบการตามแนวคิดของ Fry et al. ประกอบด้วย ข้อคำถาม 13 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยวัดความสำเร็จในการประกอบการทั้งหมด 4 องค์ประกอบ คือ สภาพความเป็นไปทางการเงิน การสนองตอบความต้องการของลูกค้า การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ และส่วนที่ผู้วิจัยไปทำการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดย

กำหนดให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาอย่างน้อย 400 ชุด จากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ และเก็บข้อมูลตามสัดส่วนที่ผู้วิจัยวางแผนไว้ในแต่ละภูมิภาค ทั่วประเทศ

2. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น จำนวน 409 ชุด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้ข้อมูลทั้งหมดนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย ทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทั้งหมดมีจำนวน 409 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.20 เป็นผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 22 - 73 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.60 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 65 เป็นผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งเป็นทั้งเจ้าของกิจการและเป็นผู้บริหารกิจการ คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 - 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.80 มีที่ตั้งสถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 30.10 และประเภทของกิจการส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมที่ประกอบกิจการการค้าส่งค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 38.10

ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการมีภาวะผู้นำโดยรวมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 เมื่อแยกองค์ประกอบรายด้านผู้ประกอบการมีภาวะผู้นำด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการในระดับสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และมีภาวะผู้นำด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ และด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 2.95 2.94 2.89 และ 2.86 ตามลำดับ

แรงจูงใจภายใน

ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจภายในโดยรวมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อแยกองค์ประกอบรายด้านผู้ประกอบการมีแรงจูงใจภายในด้านความมุ่งมั่น ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความต้องการมีความสามารถ ด้านความสนใจ- เพลิดเพลิน และด้านความต้องการสิ่งท้าทาย ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 4.11 4.07 4.00 และ 3.56 ตามลำดับ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อแยกองค์ประกอบรายด้านผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านความประหยัด ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ด้านการมีความเชื่อเรื่องโชค ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.14 4.11 3.96 3.95 3.95 3.91 3.90 3.84 3.78 และ 3.77 ตามลำดับ

ความสำเร็จในการประกอบการ

ผู้ประกอบการ มีความสำเร็จในการประกอบการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ภาวะผู้นำทั้ง 6 องค์ประกอบ คือ ด้านการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้บังคับบัญชา ด้านการใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น ด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการ ด้านความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และด้านการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แรงจูงใจภายในทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ ด้านความต้องการสิ่งที่ท้าทาย ด้านความสนใจ-เพลิดเพลิน ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความต้องการมีความสามารถ และด้านความมุ่งมั่น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 10 องค์ประกอบ คือ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านความประหยัด ด้านการพัฒนาและฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และด้านการมีความเชื่อเรื่องโชคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำ และแรงจูงใจภายใน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการได้ร้อยละ 32.00

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 3 นี้เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องสร้างและพัฒนาขึ้นมา เพื่อใช้ในการนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้น ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากร เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การคัดเลือกผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมขีดความสามารถของ SMEs ทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ไปใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดเกณฑ์เพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการในการให้เงินสนับสนุนการลงทุน หรือประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นในการคัดเลือกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

2. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการสามารถใช้ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการตรวจสอบศักยภาพของตนเองที่จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการประกอบการได้ โดยทำการประเมินองค์ประกอบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพื่อที่จะได้ทราบระดับศักยภาพที่ตนเองมี ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพของการเป็นผู้ประกอบการให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากขึ้น

3. การส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สามารถนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ ไปใช้อ้างอิงในการวางแผนพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และเป็นแนวทางพื้นฐานในการกำหนดหลักสูตรสำหรับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย เตรียมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถสร้างธุรกิจของตนเองให้คงอยู่และเติบโตต่อไปได้ และพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมให้สามารถเติบโตไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางได้

4. การสร้างบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ

การสร้างบุคลากร ให้เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นต้องมีการวางแผน ทำการสำรวจศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อจัดการฝึกอบรม หรือการสอนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญเฉพาะของธุรกิจ และความชำนาญในการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ผู้วิจัยใครขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยาอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น เชาวนอารมณ์ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค การเชื่ออำนาจควบคุมในตนเอง และบุคลิกภาพ เป็นต้น

2. ในการประเมินภาวะผู้นำของผู้ประกอบการครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบภาวะผู้นำตามแนวคิดที่ได้จากการศึกษาวิจัยของรัตติกรณ์ (2548) ดังนั้นการศึกษารังต่อไป ผู้ที่สนใจอาจจะทำการศึกษาซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำกลุ่มอื่น เพื่อเป็นการตรวจสอบความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงขององค์ประกอบภาวะผู้นำที่ใช้ในบริบทของผู้นำไทย

3. ในการประเมินแรงจูงใจของผู้ประกอบการครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อคำถามแรงจูงใจภายในตามแนวคิดที่ได้จากรายงานการวิจัยของอรพินทร์ และคณะ (2542) ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะแรงจูงใจภายใน ผู้ที่สนใจอาจจะทำการศึกษาแรงจูงใจภายนอกของผู้ประกอบการเพิ่ม เพราะในการดำเนินธุรกิจในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจัยภายนอกก็มีส่วนสำคัญ

4. ในการประเมินภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการครั้งนี้ใช้การประเมินจากการรับรู้ของผู้ประกอบการเอง ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นผู้ประเมิน เช่น ผู้ใต้บังคับบัญชา และในส่วน of ตัวชี้วัดความสำเร็จในการประกอบการอาจใช้ตัวชี้วัดอื่นๆ เช่น ผลประกอบการ ยอดขาย และกำไร เป็นต้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กัตัญญ หิริญญสมบุรณ์. 2544. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.
- กัลยาณี สनธิสุวรรณ. 2542. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม เครือเจริญโภคภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ขวัญเชิญ ภาคจิณ. 2546. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมพร แสงพิรุณ. 2545. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเหนียวแน่นในกลุ่มกับผลสำเร็จในการทำธุรกิจแอมเวย์: ศึกษากรณีบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูเกียรติ จากใจชน. 2546. การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- นิตย์ สัมมาพันธ์. 2542. ยุทธศาสตร์การบริหารใน 3 โลกธุรกิจสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินโนกราฟฟิกส์ จำกัด.
- _____. 2546. ภาวะผู้นำ: พลังขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินโนกราฟฟิกส์ จำกัด.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2542. สถิติวิจัย I. กรุงเทพมหานคร: พีเอ็นการพิมพ์.

ภาณี อุบลศรี. 2545. การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุทธ ไกยวรรณ. 2544. สถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือราชภัฏพระนคร.

ราชรินทร์ พรชัยพิเศษกุล, วิวรรณรักษ์ จรัสวิริยะกุล, อัญชลี วิสุทธีมรรค และสุรัต พิชัย. 2546. รายงานศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง การศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. รายงานเสนอต่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรกฎาคม 2546. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2545ก. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง. วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 28: 31-48.

_____. 2545ข. รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านเขานอารมณ์ บุคลิกภาพ และภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา และผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลางในองค์การธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

_____. 2548. รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรรณกรณ์ เตมียะบุตร. 2544. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความเครียด กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับบริหารชั้นต้น ธนาคารพาณิชย์ไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรรณ ฉายาวัฒน์. 2544. รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อารี พันธุ์มณี, ลัทธிகาล ศรีวะรมย์, ณกมล จันทร์สม, สุพีร์ ลิมไทย, สมชาย หิรัญกิตติ, ขวลิต ประภาวนนท์ และสุดา เทียบจตุรัส. 2541. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีรฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

_____, สมชาย หิรัญกิตติ, สุดา สุวรรณภิรมย์, ขวลิต ประภาวนนท์ และสมศักดิ์ วานิชยาภรณ์. 2545. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2544. รายงานผลการวิจัยเรื่อง การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถิต นิยมญาติ, อัครพร บุญนาค, ชลธิชา ถั่วทินแสนสุข และรัชณี เลิศหิรัญวิบูลย์. 2546. รายงานการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ. รายงานเสนอต่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 9 มิถุนายน 2546. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

สมยศ นาวิก. 2541. การบริหารและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2545. พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2546. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545. กรุงเทพมหานคร: ไอเดีย อินสแตนท พรินท์.

เสริมศักดิ์ วิชาสารณ์. 2536. ภาวะผู้นำ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุนทร อุจจ์ศรี. 2544. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด: กลยุทธ์ในการดำเนินงานและภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุเมธ บุญมะยา. 2547. ความสัมพันธ์ระหว่างเขาน้ำอารมณ์ ทักษะคิดทำงาน และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารหน่วยงานขายในธุรกิจประกันชีวิต. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรพินทร ชูชม, อังฉรา สุขารมณ์, วิลาศลักษณ์ ชั่ววัลลี. 2542. รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบวัดแรงจูงใจภายใน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อัญชลี มากบุญส่ง. 2540. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของหัวหน้ากลุ่มงานพยาบาล กับประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาล ตามการรับรู้ของหัวหน้าหอผู้ป่วย โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาทิตย์ วุฒิศะโร. 2543. “อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ”. *Chulalongkorn Review*. 12 (46): 1-30.

อำนวย แสงสว่าง. 2536. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ.

อำนาง วีระวนิช. 2546. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อิสระ บุญญะฤทธิ์. 2545. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ สมรรถนะ บรรยากาศองค์การ และประสิทธิผลของหัวหน้างานระดับต้น. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Analoul, F. 1998. Behavioral and Causal Influences on Individual Managerial Effectiveness in the Ghanaian Public Sector. **International Journal of Public Sector Management**. 11 (Year 1998): 300-303.
- Colman, A. M. 2001. **A Dictionary of Psychology**. New York: Oxford University Press Inc.
- Corsini, R. J. 2002. **The Dictionary of Psychology**. New York: Brunner-Routledge.
- Drucker, Peter F. 2001. **The Essential Drucker**. Great Britain: Clays Lid, St Ives plc.
- Frese, M. and M. de Kruif. 2000. **Success and Failure of Microbusiness Owner in Africa**. The United States of America: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Gall, S., B. Beins, A. J. Feldman. 1996. **The GALE Encyclopedia of Psychology**. New York: Gale Research.
- Glueck, W. F. 1982. **Personnel: A Diagnostic Approach**. 3rd ed. Texas: Business Publication, Inc.
- Hersey, P. and K. H. Blanchard. 1993. **Management Of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources**. 6th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kirby, P. C., L. V. Paradise. And M. L. King. 1992. Extraordinary Leaders In Educational Leadership. **The Journal Of Educational Research**. 85 (May 1992): 303.
- Koontz, H. and H. Weihrich. 1990. **Essentials Of Management**. 5th ed. New York: McGraw-Hill Publishing Company.
- _____, D. C., J. W. Atkinson, R. A. Clark and E. L. Lowell. 1953. **The Achievement Motive**. New York: Appleton Crafts, Inc.

- Misrs, P. 1986. "Self-Esteem, Need Achievement and Need Autonomy as Moderators of the Job Performance Job Satisfaction Retionship". **Perspective in Psychological Researches**. 9 (February 1986): 42-46.
- Mosley, D. C., P. H. Pietri and L. C. Megginson. 1996. **Management, Leadership in Action**. New York: Harper Collins College.
- Tucker, M. L. 1990. Higher Education Leadership: Transformational As a Predictor of Satisfaction, Effectiveness, and Extra Effort. **Dissertation Abstracts International**. 52 (September 1991): 773A.
- Yukl, G. A. 1989. **Leadership In Organizations**. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 ถนนพหลโยธิน จตุจักร
กรุงเทพฯ 10900

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ท่านผู้ประกอบการ

เนื่องด้วยดิฉันนางสาวกมลกานต์ เทพรานนท์ นิสิตปริญญาโท สาขาจิตวิทยา
อุตสาหกรรม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
“ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จ
ในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” จึงมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจาก
ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งข้อมูลของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างสูงต่อการพัฒนาองค์ความรู้ทาง
วิชาการ และการนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ไทย ต่อไป

เพื่อให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้มีความสมบูรณ์ จึงใคร่ขอความ
อนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบคำถามทุกข้อ ตามความเป็นจริง เกี่ยวกับ
ตัวท่านเองและองค์การของท่าน คำตอบที่ได้รับไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ
ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและองค์การของท่าน โดยข้อมูลที่ได้รับจะถูกวิเคราะห์และนำเสนอ
ในภาพรวมของงานวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบ
แบบสอบถามนี้

นางสาวกมลกานต์ เทพรานนท์
นิสิตปริญญาโท สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 1 แบบสำรวจข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาเติมข้อมูล หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ตามความเป็นจริง

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. ตำแหน่งปัจจุบัน
 - ☐ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ☐ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้บริหารกิจการ
 - ☐ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ และเป็นผู้บริหารกิจการ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้.....ปี
6. ที่ตั้งสถานประกอบการ (โปรดระบุจังหวัด)
 - ☐ ภาคเหนือ จังหวัด..... ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....
 - ☐ ภาคตะวันออก จังหวัด..... ☐ ภาคตะวันตก จังหวัด.....
 - ☐ ภาคกลาง จังหวัด..... ☐ ภาคใต้ จังหวัด.....
 - ☐ กรุงเทพฯและปริมณฑล จังหวัด.....
7. ประเภทของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ จากธุรกิจหลักเพียง 1 ช่อง ☐)
 - 7.1 กิจการผลิตสินค้า / อุตสาหกรรม
 - ☐ วิสาหกิจขนาดย่อม จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - ☐ วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท
 - 7.2 กิจการการค้าปลีก /ค้าส่ง
 - ค้าปลีก
 - ☐ วิสาหกิจขนาดย่อม จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท
 - ☐ วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท
 - ค้าส่ง
 - ☐ วิสาหกิจขนาดย่อม จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - ☐ วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท
 - 7.3 กิจการบริการ
 - ☐ วิสาหกิจขนาดย่อม จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - ☐ วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดภาวะผู้นำ (ตัวอย่าง)

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด เพียง 1 คำตอบ คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

0	1	2	3	4
ไม่เคยเลย	นานๆ ครั้ง	บางครั้ง	ค่อนข้างบ่อยครั้ง	บ่อยมาก

		0	1	2	3	4
1	ข้าพเจ้าส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชารักษากฎการ.....	○	○	○	○	○
2	ข้าพเจ้าส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาพัฒนาตนเอง.....	○	○	○	○	○
3	ข้าพเจ้าให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการทำงาน.....	○	○	○	○	○
4	ข้าพเจ้าช่วยจุดประกายความคิดให้ผู้ใต้บังคับบัญชา.....	○	○	○	○	○
5	ข้าพเจ้าให้โอกาสผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความสามารถหรือศักยภาพของตนเอง.....	○	○	○	○	○

ผู้ที่มีความสนใจแบบสอบถามภาวะผู้นำ โปรดกรุณาติดต่อ ผศ.ดร.รัตติกรณ์ จงวิศาล
ภาควิชาจิตวิทยา สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดแรงจูงใจภายใน

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด เพียง 1 คำตอบ คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

	1	2	3	4	5
	เป็นจริงน้อยที่สุด	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงมาก	เป็นจริงมากที่สุด
	1	2	3	4	5
1 ข้าพเจ้าชอบทำงานที่มีความแปลกใหม่.....	○	○	○	○	○
2 ข้าพเจ้าชอบทำงานที่มีความซับซ้อน.....	○	○	○	○	○
3 ข้าพเจ้าชอบงานที่ยาก เพราะว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถ.....	○	○	○	○	○
4 ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้น ที่จะทำสิ่งต่างๆ	○	○	○	○	○
5 ข้าพเจ้ามีความสุขในการทำงาน.....	○	○	○	○	○
6 ข้าพเจ้ารู้สึกเพลิดเพลินในงานที่ทำ.....	○	○	○	○	○
7 ข้าพเจ้าชอบริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง.....	○	○	○	○	○
8 ข้าพเจ้าชอบทำงานที่มีอิสระในการคิด.....	○	○	○	○	○
9 ข้าพเจ้าพอใจที่จะทำงานที่เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าด้วยตนเอง.....	○	○	○	○	○
10 ข้าพเจ้าชอบทำงานที่ได้แสดงความเป็นตัวของตัวเอง.....	○	○	○	○	○
11 ข้าพเจ้าต้องการงานที่จะได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ.....	○	○	○	○	○
12 ข้าพเจ้าพึงพอใจที่ได้พัฒนาความสามารถของตนเอง.....	○	○	○	○	○
13 ข้าพเจ้าต้องการที่จะจัดการกับสิ่งต่างๆ ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้.....	○	○	○	○	○
14 ข้าพเจ้ามุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จด้วยความสามารถของตนเอง.....	○	○	○	○	○
15 ข้าพเจ้าทุ่มเทให้กับการทำงาน	○	○	○	○	○
16 ความสำเร็จจากงานเป็นแรงบันดาลใจในการทำงานของข้าพเจ้า.....	○	○	○	○	○

ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด เพียง 1 คำตอบ คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำไปใช้แสดงผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

	1	2	3	4	5	
	เป็นจริงน้อยที่สุด	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงมาก	เป็นจริงมากที่สุด	
		1	2	3	4	5
1	ข้าพเจ้าเป็นคนมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง.....	○	○	○	○	○
2	ข้าพเจ้ามีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร.....	○	○	○	○	○
3	ข้าพเจ้าสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี.....	○	○	○	○	○
4	ข้าพเจ้ามีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นได้.....	○	○	○	○	○
5	ข้าพเจ้าชอบทำสิ่งที่ท้าทายความสามารถ.....	○	○	○	○	○
6	ข้าพเจ้ากล้าตัดสินใจ.....	○	○	○	○	○
7	ข้าพเจ้าเป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเอง.....	○	○	○	○	○
8	ข้าพเจ้ามีคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ.....	○	○	○	○	○
9	ข้าพเจ้ามีความจริงใจในการดำเนินธุรกิจ.....	○	○	○	○	○
10	ข้าพเจ้ามีอุดมการณ์ที่ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม.....	○	○	○	○	○
11	ข้าพเจ้ามีความถนัดในธุรกิจที่ทำ.....	○	○	○	○	○
12	ข้าพเจ้ามีความชำนาญด้านเทคนิคในธุรกิจที่ทำ.....	○	○	○	○	○
13	ข้าพเจ้าได้พยายามค้นหาและใช้ความรู้ที่เรียนรู้มาในการประกอบธุรกิจ.....	○	○	○	○	○
14	ข้าพเจ้าเป็นคนที่มีความตั้งใจจริง.....	○	○	○	○	○
15	ข้าพเจ้าเป็นคนที่พยายามต่อสู้ไม่ท้อถอย.....	○	○	○	○	○
16	ข้าพเจ้ามีใจรักในธุรกิจที่ทำ.....	○	○	○	○	○
17	ข้าพเจ้ารับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น.....	○	○	○	○	○
18	ข้าพเจ้าเป็นคนที่มีความรับผิดชอบ.....	○	○	○	○	○
19	ข้าพเจ้าเป็นคนที่อดทนต่อความกดดันจากปัญหาอุปสรรคต่างๆ ได้.....	○	○	○	○	○
20	ข้าพเจ้าเป็นคนที่ช่างคิดช่างสังเกต.....	○	○	○	○	○
21	ข้าพเจ้าพยายามมองหาโอกาสที่ดี.....	○	○	○	○	○
22	ข้าพเจ้าเรียนรู้และพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เสมอ.....	○	○	○	○	○

	1	2	3	4	5
	เป็นจริงน้อยที่สุด	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงมาก	เป็นจริงมากที่สุด
	1	2	3	4	5
23	ข้าพเจ้ารู้จักที่จะประหยัดอย่างสมเหตุผล.....	☐	☐	☐	☐
24	ข้าพเจ้าให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพที่ดี.....	☐	☐	☐	☐
25	ข้าพเจ้าสอนงานให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา.....	☐	☐	☐	☐
26	ข้าพเจ้าอธิบายและฝึกอบรมทักษะต่างๆ ที่จำเป็นให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา.....	☐	☐	☐	☐
27	ข้าพเจ้ามีการฝึกทักษะใหม่ๆ ที่ทันสมัยให้ผู้ได้บังคับบัญชา.....	☐	☐	☐	☐
28	ข้าพเจ้าหลีกเลี่ยงการมองโลกในแง่ลบ.....	☐	☐	☐	☐
29	ข้าพเจ้าสร้างความคิดในเชิงบวก.....	☐	☐	☐	☐
30	ข้าพเจ้าลองเสี่ยงกับโอกาสใหม่ๆ ที่มี.....	☐	☐	☐	☐

ตอนที่ 5 แบบสอบถามวัดความสำเร็จในการประกอบการ

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด เพียง 1 คำตอบ คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำไปใช้แสดงผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

	1	2	3	4	5	
	เป็นจริงน้อยที่สุด	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงมาก	เป็นจริงมากที่สุด	
		1	2	3	4	5
1	ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจของท่านได้กำไรมาตลอด.....	○	○	○	○	○
2	ยอดรวมของการขายของปีที่ผ่านมาสูงกว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อนอย่างมาก.	○	○	○	○	○
3	ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจของท่านเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด.....	○	○	○	○	○
4	ลูกค้าของท่านส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าหรือบริการของท่าน.....	○	○	○	○	○
5	ธุรกิจของท่านสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงเวลา.....	○	○	○	○	○
6	ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของท่านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง.....	○	○	○	○	○
7	สินค้าหรือบริการของท่านมีคุณภาพสูง.....	○	○	○	○	○
8	ชนิดและประเภทของสินค้าหรือบริการของปีนี้มีลักษณะหลากหลายกว่าปีก่อนๆ.....	○	○	○	○	○
9	องค์กรของท่านผลิตสินค้าหรือบริการที่มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ.....	○	○	○	○	○
10	องค์กรของท่านพยายามค้นคว้าหาวิธีการดำเนินการใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต.....	○	○	○	○	○
11	ผู้ได้บังคับบัญชาในองค์กรของท่านอุทิศตนเพื่อการทำงานให้แก่องค์กรอย่างเต็มที่.....	○	○	○	○	○
12	ผู้ได้บังคับบัญชาในองค์กรของท่านมีความผูกพันกับองค์กร.....	○	○	○	○	○
13	ผู้ได้บังคับบัญชาในองค์กรของท่านเอาใจใส่และรับผิดชอบต่องานที่พวกเขาทำ.....	○	○	○	○	○

ภาคผนวก ข
การทดสอบเครื่องมือ

ตารางผนวกที่ 1 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่น
ทั้งฉบับของแบบสอบถามภาวะผู้นำ

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
1	.58
2	.58
3	.52
4	.61
5	.60
6	.63
7	.50
8	.45
9	.57
10	.50
11	.59
12	.50
13	.46
14	.51
15	.50
16	.53
17	.54
18	.51
19	.41
20	.38
21	.50
22	.41
23	.49
24	.58
25	.57
26	.59

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
27	.56
28	.47
29	.42
30	.49
$\alpha = .92$	

ตารางผนวกที่ 2 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่น
ทั้งฉบับของแบบสอบถามแรงจูงใจภายใน

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
1	.33
2	.62
3	.50
4	.72
5	.73
6	.70
7	.51
8	.59
9	.57
10	.41
11	.52
12	.59
13	.82
14	.72
15	.71
16	.71
$\alpha = .92$	

ตารางผนวกที่ 3 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่น
ทั้งฉบับของแบบสอบถามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
1	.51
2	.60
3	.70
4	.55
5	.51
6	.77
7	.81
8	.83
9	.84
10	.74
11	.57
12	.48
13	.78
14	.75
15	.76
16	.73
17	.74
18	.75
19	.71
20	.65
21	.71
22	.77
23	.63
24	.56
25	.63
26	.74

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
27	.57
28	.70
29	.61
30	.34
$\alpha = .96$	

ตารางผนวกที่ 4 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่น
ทั้งฉบับของแบบสอบถามความสำเร็จในการประกอบการ

ข้อที่	ค่า Item-total Correlation
1	.52
2	.59
3	.62
4	.57
5	.50
6	.68
7	.53
8	.53
9	.55
10	.55
11	.62
12	.60
13	.60
$\alpha = .88$	

ภาคผนวก ค
ตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ตารางผนวกที่ 5 ตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05
 คำนวณจากความคลาดเคลื่อน (e) เป็นร้อยละ

ขนาดของ ประชากร (N)	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) สำหรับความคลาดเคลื่อนที่กำหนด (e) คิดเป็นร้อยละ					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
500	b	b	b	b	222	83
1,000	b	b	b	385	286	91
1,500	b	b	638	441	316	94
2,000	b	b	714	476	333	95
2,500	b	1,250	769	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,607	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
≥ ∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ที่มา: ยุทธ (2544: 59)

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวกมลกานต์ เทพธรรานนท์	
วัน/เดือน/ปีเกิด	26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520	
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ กรุงเทพมหานคร	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2543	ปริญญารัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	พ.ศ. 2548	ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ประวัติการทำงาน	-	