



การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ใน  
จังหวัดนครปฐม

โดย

นางสาวอมรรัต วิริยะพงษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัด  
นครปฐม

โดย

นางสาวอมรรัต วิริยะพงษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE COMPARISON OF CHARACTERISTICS TO SUPPORT ENTREPRENEURIAL ONE  
TAMBON ONE PRODUCT TO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ENTREPRENEUR  
NAKHON PATHOM PROVINCE**

**By**

**Amornrat Viriyapong**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree**

**MASTER OF EDUCATION**

**Department of Foundation of Education**

**Graduate School**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2008**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การศึกษาเปรียบเทียบ  
คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม ” เสนอโดย  
นางสาวอมรรัต วิริยะพงษ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนศึกษา

๑๗ ๗๖

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะดังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๓๐ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๑

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชัน สวัสดิ์โอ
2. อาจารย์ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ
3. นางทัศนีย์ ชัยคุณแสง

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

.....  
คุณ วิมลวรรณ ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.ลุย วีระนาวิน)  
30 พ.ค. 2551

.....  
พินดา วราสุนันท์ กรรมการ  
(อาจารย์ พินดา วราสุนันท์)  
30 พ.ค. 2551

.....  
ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ กรรมการ  
(อาจารย์ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ)  
30 พ.ค. 2551

.....  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชัน สวัสดิ์โอ)  
30 พ.ค. 2551

.....  
..... กรรมการ  
(นางทัศนีย์ ชัยคุณแสง )  
30 พ.ค. 2551

46260319 : สาขาวิชาพัฒนศึกษา

คำสำคัญ : 46260316 : สาขาวิชาพัฒนศึกษา

อมรรัต วิริยะพงษ์ : การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. อัญชัน สวัสดิ์โอ , อ.ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และ นางทัศนีย์ ชัยคุณแสง. 157 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน , ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ผลิตที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามประเภทกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ OTOP โดยแยกเป็น 3 ลักษณะได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs โดยคำนวณขนาดตัวอย่างโดยทาโรยามาน (Talo Yamane) ได้ขนาดตัวอย่าง 245 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คือ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น กลุ่มผู้ผลิตชุมชน , ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดนครปฐม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม จำนวน 1 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติบรรยายพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย ( X ) ค่าร้อยละ (percentage) และสถิติอ้างอิง ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างในเชิงสถิติทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

#### ผลการวิจัยพบว่า

จากการศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 คุณลักษณะ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่ม ของจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน มีคะแนนเฉลี่ย คุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.39 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 4.11 สำหรับผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก ร้อยละ 4.44

จากสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าระดับความแตกต่างของคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความยืดหยุ่น ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการจัดการความล้มเหลว ด้านแรงจูงใจและพลัง ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง และด้านความกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐมแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 ในด้านไม่ความสำเร็จ ด้านความซื่อสัตย์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐมแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อของนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1.....

2.....

3.....

46260319 : Development Education Program

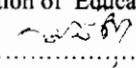
Key Words: The study of Characteristics Supporting SMEs of OTOP Groups in Nakhonpathom Province Amornrat Wiriyapong: Comperative Study of Characteristics Supporting SMEs of OTOP Groups in Nakhonpathom Province . Thesis Advisor: Assistant Professor MissAunchan Sawasdi-O, Mr. Thirasak unaromlert , MissTasaned Thaikoonsaeng. 157 Pages

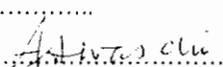
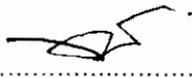
This research aims to (1) study of characteristics of OTOP entrepreneurs of groups of produces, sole proprietorships and SMEs in Nakhonpathom Province, (2) study of the characteristic comparisons of SMEs by OTOP groups. Entrepreneurs were classified into 3 characteristics i.e entrepreneurs who were community producers, sole proprietorships and SMEs. The sample size was calculated by Talo Yamane and 245 samples were selected by the Stratified Sampling Method from entrepreneurs who were community producers, sole proprietorships and SMEs. The tool applied was one set of the questionnaire. The data was analyzed by the SPSS fro Window Program. The basic descriptive statistics were applied, namely, frequency, mean (X) and percentage. The inferential statistics were standard deviation (S.D.), t-test and Oneway ANOVA including the Scheffe multiple comparison technique.

It was found from the research that : From the comparison study on 13 characteristics supporting SMEs of 3 OTOP groups, namely, community producers, sole proprietorships and SMEs, in Nakhonpathom Province, 74 entrepreneurs who were community producers has the average scores of characteristics supporting SMEs at the moderate level of 3.39 % ; 57 entrepreneurs who were sole proprietorships had the average scores of characteristics supporting SMEs at the high level or 4.11% and 62 entrepreneurs who were had the average scores of characteristics supporting SMEs at the very high level of 4.44 % From Hypothesis 1, it was found that the differences on characteristics supporting SMEs in term of risk taking, endurance, interpersonal skill, failure management, motivation and power, vision and goal, aearch f or information, seek for opportunity, creativeness, self – confidence and innovation and responsibility of OTOP groups in Nakhonpathom Province were at the significant level of 0.01. The differences on characteristics in term of search for accomplishment and honesty o f t he OTOP groups in Nakhonpathom Province were at the significant level of 0.05

---

Department of Foundation of Educations Graduate School, Silpakorn University Academic ear of 2007

Signature of Student ..... 

Signature of Thesis Advisor 1.  2.  3. T. Unaromlert

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา ความช่วยเหลือจากคณาจารย์หลายท่านโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชัน สวัสดิ์โอ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะ ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัยด้วยดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ลุยง วีระนาวิน ประธานกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้คอยติดตาม ดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษาในการทำวิจัย ขอกราบขอบพระคุณ พิเศษ สำหรับคณะอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ พินดา วราสุนันท์ และอาจารย์ธีรศักดิ์ อุ่มอารมย์เลิศ และขอกราบขอบพระคุณ นางทัศนีย์ ชัยคุณแสง พัฒนาการอำเภอกำแพงแสน ผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้การแนะนำตรวจสอบ

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณพ่อแม่พี่น้องที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยความตั้งใจและอดทน ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ ครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณแม่หลอด วิริยะพงษ์ ที่เมื่อใดได้เห็นหน้า มักจะเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่น และนายเขมินทร พูลสุขโขที่คอยให้กำลังใจให้พลังในการทำวิทยานิพนธ์นี้จนสำเร็จลุล่วง และขอขอบคุณเพื่อนๆ ในคณะที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

คุณค่าและคุณประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอบอบแก่ มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฉ
บทที่	
1    บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	6
2.    วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	8
ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) .....	14
ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ .....	27
ส่วนที่ 4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	49
3    วิธีการดำเนินการวิจัย.....	49
ประชากร.....	49
กลุ่มตัวอย่าง.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	57

	หน้า
บทที่	
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพและข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	98
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผล.....	100
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	112
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	120
ภาคผนวก ข การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	122
ภาคผนวก ค แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	130
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและ หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	148
ประวัติผู้วิจัย.....	157

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดย่อม.....	16
2	หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดกลาง.....	17
3	แสดงจำนวนประชากร ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน .....	49
4	แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากร ผู้ประกอบการ OTOP .....	52
5	ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	58
6	คะแนนค่าเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs .....	66
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความกล้าเสี่ยง ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	67
8	การวิเคราะห์ความแปรปรวน ด้านความกล้าเสี่ยง ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	67
9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านความกล้าเสี่ยง เป็นรายคู่ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	68
10	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความยืนหยัดอดทน ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	68
11	การวิเคราะห์ความแปรปรวน ด้านความยืนหยัดอดทน ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	69
12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านความยืนหยัดอดทน เป็นรายคู่ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	70
13	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านมนุษยสัมพันธ์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	70
14	การวิเคราะห์ความแปรปรวน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	71
15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นรายคู่ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	72





ตารางที่

44	การวิเคราะห์ความแปรปรวน ด้านความซื่อสัตย์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	90
45	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านความซื่อสัตย์ เป็นรายคู่ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	91
46	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวม ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	91
47	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรวม ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	92
48	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรวม เป็นรายคู่ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม .....	93

.....

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศด้วยการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรม และธุรกิจขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องจนทำให้เกิดข้อกังขาว่าการพัฒนาในแนวทางนี้ถูกต้องและยั่งยืนหรือไม่ จนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างรุนแรง ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องชะงักงัน หยุคหรือปิดกิจการเป็นจำนวนมากทำให้บุคลากรที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ต้องถูกออกจากงานหรือเสียโอกาสในการทำงาน ส่งผลต่อเนื่องถึงปัญหาสังคมที่ตามมาจากปัญหาการว่างงานอย่างมากมาย (สุพิชา พุทธิสาริกกร 2548 : 1) ภาคการผลิตของไทยลดอัตราการใช้กำลังการผลิตลงเหลือเพียง 56.6% ในเดือนพฤศจิกายน 2541 และมูลค่าหนี้ซึ่งไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 40% ของสินเชื่อทั้งหมด ดัชนีหุ้นลงต่ำลง อัตราการว่างงานเพิ่มจาก 3.4% เป็น 5% ซึ่งผลจากวิกฤตการณ์ทางการเงินครั้งนี้ทำให้รัฐบาลไทยต้องเข้ารับการช่วยเหลือจากโครงการของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund – IMF) (ศูนย์พัฒนาธุรกิจชุมชน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

เพราะฉะนั้นรัฐบาลภายใต้การดำเนินงานของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร จึงได้เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายในประเทศ เรียกว่า “dual track plus development model” โดยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจระดับรากหญ้า ภายใต้แนวทางดังกล่าว

ภายใต้แนวคิดดังกล่าวข้างต้น ภาครัฐจึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการหลายประการ เพื่อกอบกู้ฟื้นฟูเศรษฐกิจ ซึ่งหนึ่งในมาตรการเหล่านั้น คือการส่งเสริมสนับสนุนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One tambon one product : OTOP) และการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีข้อได้เปรียบกว่าธุรกิจขนาดใหญ่หลายประการ อาทิ สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ใช้เงินทุนหมุนเวียนไม่มาก หากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นความสูญเสียจะไม่รุนแรงเท่ากับการลงทุนในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจขนาดใหญ่ เป็นต้น

ข้อมูลจากการศึกษาพบว่า ความสำคัญของ SMEs ต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยนั้นมีมากมาย ปี 2547 SMEs ทุกประเภททั่วประเทศได้ทำการผลิตให้กับระบบเศรษฐกิจมูลค่าถึง 2,112,934 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 38.91 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และยังพบว่า สถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีคนทำงานระหว่าง 10 – 200 คน มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 88.4 กิจการเหล่านี้มีส่วนก่อให้เกิดผลผลิตประมาณร้อยละ 22.3 หรือหนึ่งในห้าของแรงงานทั้งหมดในภาคอุตสาหกรรมการผลิต และเป็นแหล่งจ้างงานสำหรับคนทำงานในภาคการผลิต คือ มีการจ้างงาน ประมาณร้อยละ 31.4 ของคนทำงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตทั้งสิ้นของประเทศ และเป็นแหล่งสร้างบุคลากรและสร้างสมประสบการณ์ด้านการบริหารและดำเนินงานของผู้ประกอบการใหม่ๆ อีกด้วย (รายงานเชิงวิเคราะห์อุตสาหกรรมผลิตสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย)

บทบาทที่สำคัญของ SMEs ยังมีความสัมพันธ์โดยตรงอย่างแน่นแฟ้นกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ และกระจายอยู่ทั่วประเทศไม่ว่าจะที่ไหนก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเองมีลักษณะของการกระจายอยู่ในท้องที่ โดยที่ทิศทางของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะแตกต่างกันไปตามสภาพของท้องถิ่นเอง นอกจากนี้ SMEs ยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน ทั้งในด้านเสริมสร้างการจ้างงานและมูลค่าเพิ่ม ช่วย สร้างรายได้ ในรูปของเงินตราต่างประเทศ และยังเป็น การเชื่อมโยงไปสู่หน้าที่ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงไปข้างหลัง ในฐานะที่เป็นผู้ซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากอุตสาหกรรมอื่น โดยเฉพาะในภาคเกษตรกรรมยังเป็นแหล่งสำหรับการสร้างเสริมประสบการณ์ในการประกอบการของนักลงทุนที่เริ่มจากธุรกิจขนาดเล็กและใช้เงินลงทุนไม่มาก ในขณะที่เดียวกันก็เป็นแหล่งฝึกทักษะและพัฒนาฝีมือของแรงงานเพื่อเตรียมการที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต่อไป บทบาทต่างๆ เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าหากมีการพัฒนา SMEs อย่างต่อเนื่องจะกลายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมีลักษณะที่ยั่งยืน

แต่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังเน้นการผลิตเชิงปริมาณมากกว่าการเน้นคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ไม่มีตราหือเป็นของตนเอง ขาดการค้นคว้าวิจัย ขาดความรู้ด้านการตลาด ขาดบุคลากรสำหรับทำกิจกรรมการตลาด โดยเฉพาะทำให้การติดต่อหาช่องทางการตลาดนอกพื้นที่เป็นไปอย่างยากลำบาก ฐานการตลาดจึงอยู่ในวงแคบและโดยที่ การเปิดเสรีทางการค้าทำให้การแข่งขันรุนแรงขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ยังไม่มีความแข็งแกร่งด้านเงินทุนด้านการตลาดและการบริหารจัดการก็จะทำให้เกิดความเสียเปรียบในหลายด้านตามมา

โดยที่ผู้ประกอบการเป็นแรงผลักดันสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การที่ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้ตัดสินใจสร้างแรงจูงใจ สื่อสาร รวมถึงลงมือได้ปฏิบัติ ผู้ประกอบการจึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจเพราะต้องทำหน้าที่ควบคุม ดูแล สั่งการ วางแผนและเป็นผู้ตัดสินใจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2545 : 265) รายงานว่าผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีภูมิหลังทางการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาในกลุ่มลูกจ้าง ขณะเดียวกันลักษณะการประกอบการของ SMEs ก็ไม่เอื้ออำนวยหรือจูงใจพอที่จะสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ขึ้นมา เนื่องจากเหตุผล 2 ประการคือ 1) ผู้ประกอบการที่ได้รับการสืบทอดกิจการของครอบครัวจากบิดา มารดา ซึ่งมีลักษณะการบริหารจัดการแบบครอบครัวมาก่อน ไม่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ มุ่งเน้นผลิตสินค้าที่ตนเองถนัดมากกว่าผลิตตามความต้องการของตลาด การตัดสินใจจะใช้ประสบการณ์ของตนเองเป็นหลักโดยขาดการค้นคว้าข้อมูลสนับสนุน 2) ผู้ประกอบการที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจแต่ต้องการเริ่มทำธุรกิจส่วนตัวบุคคลเหล่านี้ขาดทักษะและประสบการณ์เชิงธุรกิจในหลายๆ ด้าน เช่น ขาดความกล้าเสี่ยง ขาดความกระตือรือร้น ขาดความเป็นผู้นำ ฯลฯ ทำให้อัตราความล้มเหลวมีค่อนข้างสูง เพราะขาดการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ จากการศึกษาของ Hodgetts and Karatko (1986 : 26) พบว่าผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากต้องปิดกิจการเนื่องจากประสบความล้มเหลวในการดำเนินงาน ร้อยละ 99 ของความล้มเหลวเกิดจากผู้ประกอบการขาดคุณสมบัติ ขาดทักษะในการบริหารงาน สรุปว่าผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังมีข้อจำกัดในด้านเงินทุน ด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านการรับรู้ข่าวสาร ขาดการจัดการและการบริหารอย่างเป็นระบบ (1988, อ้างถึงใน สุพิชา พุทธิสาริกกร 2548 : 2)

แม้ว่าปัจจุบันจะมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ อย่างหลากหลาย ทั้งคุณลักษณะส่วนบุคคล ความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ ความสำเร็จในการประกอบการ ความต้องการของผู้ประกอบการ แรงจูงใจในการประกอบการ ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการ ฯลฯ แต่การศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่เป็น OTOP ยังไม่มีมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพมากพอที่จะพัฒนาต่อไปเป็น SMEs การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะต่างๆ ของผู้ประกอบการที่เป็น OTOP โดยศึกษาเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน , ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ ผู้ผลิตที่เป็น SMEs การศึกษาคูณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP จังหวัดนครปฐม เพื่อวิเคราะห์ความ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน , ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดี่ยว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม
2. ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามประเภทกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม

### สมมติฐานการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามประเภทกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดนครปฐม

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย โดยมีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### 1. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งแยกประเภทออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน 143 คน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดี่ยว จำนวน 110 คน และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 120 คน รวมทั้งสิ้น 373 คน

#### 2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งแยกประเภทออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดี่ยว จำนวน 57 คน และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน รวมทั้งสิ้น 193 คน

#### 3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ ประเภทของผู้ประกอบการ OTOP แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน
2. ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดี่ยว
3. ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable ) ได้แก่ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

**ผู้ประกอบการ OTOP** หมายถึง ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดซึ่งเจ้าของเป็นผู้ทำคนเดียว หรือเป็นการรวมกลุ่มกัน โดยมีการผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย การบริหารจัดการเอง และมีการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

**ผู้ประกอบการ SMEs** หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเจ้าของเป็นผู้ลงทุนด้วยเงินส่วนตัว หรือกู้ยืมจากภายในประเทศเท่านั้น โดยมีการผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย การบริหารจัดการเอง และมีการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

**ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน** หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และ สมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม

**ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว** หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต หรือมีการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

**ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs** หมายถึง ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต / จ้างแรงงานในชุมชน / ใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ โดยมีสินทรัพย์ลงทุนรวมกันมากกว่า 5 ล้านบาท

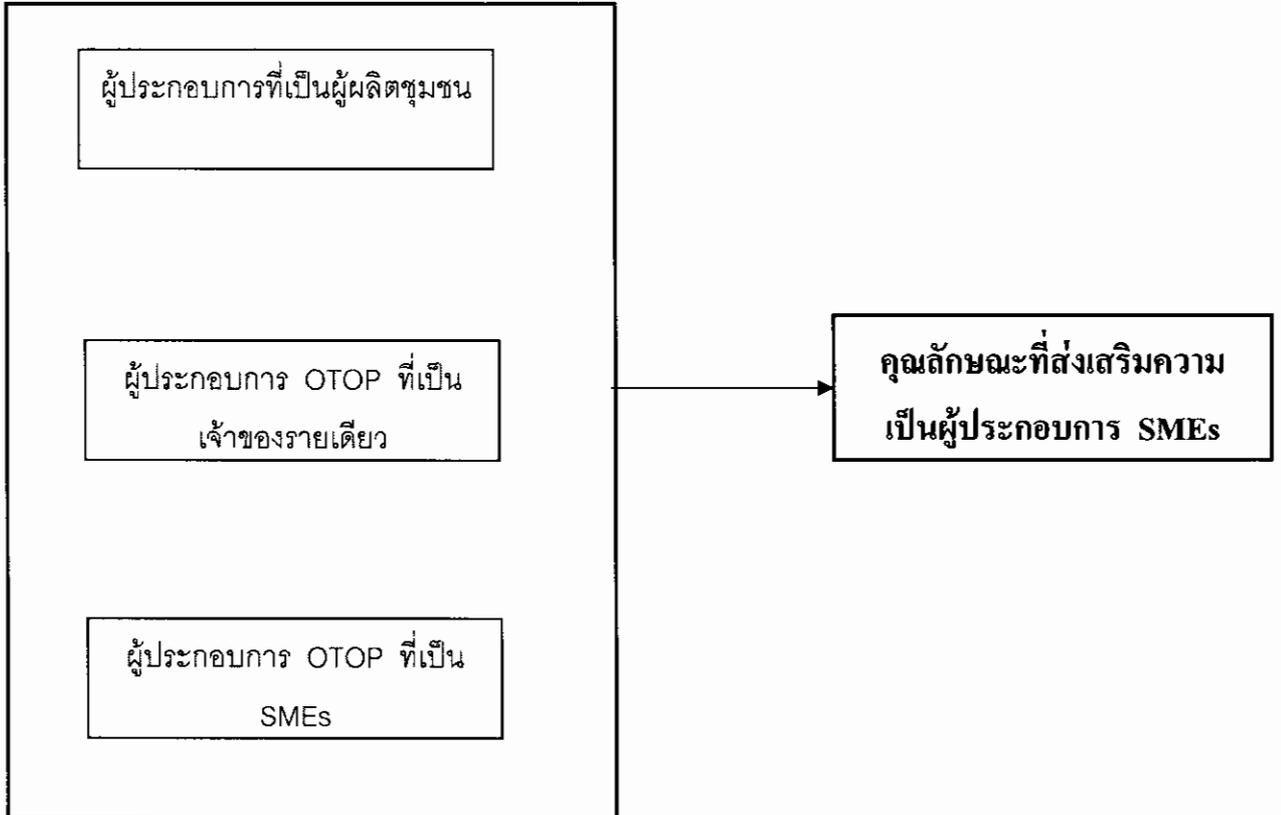
**คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial characteristics)** หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือสนับสนุนให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อนำไปใช้พัฒนารูปแบบ แนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ให้เป็นผู้ประกอบการ SMEs
2. ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการ OTOP รายอื่นๆ ได้นำไปศึกษาและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ประเภทผู้ประกอบการ OTOP



## บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการวิจัยเรื่อง “ การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP จังหวัดนครปฐม ” ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
- 2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ (SMEs)
- 4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

### ความเป็นมา

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤต ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูก รุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้จัดแถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชน มีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ( กระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2544 )

ดร. กิตติ ลิ้มสกุล ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี กล่าวถึงเรื่องหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อธิบายว่าเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 รายการ ที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น และเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน เป็นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ให้แต่ละหมู่บ้านหรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพสินค้าที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อขยายขอบเขตไปสู่ตลาดโลกและเสริมกับตลาดในประเทศ ( แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2544 )

### แนวคิดปรัชญา

แนวคิด OTOP เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการ สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ให้แต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถ สร้างผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากลโดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก และดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้ จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์(Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่ค้นพบในท้องถิ่นเป็นหลักเพื่อที่จะสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดี อยู่ดี และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนแสวงหารากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อๆ ไปและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศไทยและสังคมไทย

ดังนั้น OTOP จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคน

ในชุมชน ให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

### หลักการของโครงการ

“ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ” อยู่ในความดูแลของกรมพัฒนาชุมชน ของกระทรวงมหาดไทยและกรมส่งเสริมการส่งออก ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท โดย “ผลิตภัณฑ์” อาจหมายถึง สินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ อาทิ การรักษาสิ่งแวดล้อม การแสดงศิลปะ การนำเสนอประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาเพิ่ม ขบวนการบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ หลักการของขบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน แก่ท้องถิ่น เพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ประชาชนด้านเทคนิคเพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาดชุมชนท้องถิ่น จะได้รับความช่วยเหลือเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดการขายหรืออาจจัดตั้ง บริษัท หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Cooperation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าตลาดต่างๆ โดยรวมนับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development) และรวมกันเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการ OTOP โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

#### กิจกรรมหลัก

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์ และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพ เพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่นภาคเมืองและตลาดโลก
2. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชนให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบมีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม เป็นผู้คอยให้คำแนะนำและ

คอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี คิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่ความรู้ความสามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาว ที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

ในปี พ.ศ. 2546 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ได้กำหนดแนวคิดในการดำเนินงานคัดสรรสุดยอด OTOP ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่สามารถส่งออกภายนอกประเทศได้ในแนวทางการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links – Global Reaches) และในการคัดสรรสุดยอด OTOP ในปี พ.ศ. 2547 ได้กำหนดให้กลุ่มผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ ที่ประสงค์จะนำผลิตภัณฑ์เข้ารับการคิดสรรจะต้องลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ซึ่งมีผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ลงทะเบียนจำนวน 35,179 ราย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ไปใช้สนับสนุนการดำเนินงาน OTOP ตลอดมา จากการดำเนินงานในห้วงระยะเวลา พ.ศ. 2547 – 2548 ข้อมูลผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ที่ได้ลงทะเบียนไว้แล้วมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสถานภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปรากฏว่ามีกลุ่มผู้ผลิต / ผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ยังไม่ได้ลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ต้องการเข้าสู่โครงการอีกมากอีกทั้งสถานการณ์ความต้องการใช้ข้อมูลที่หลากหลายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โครงการ OTOP เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2549 คณะกรรมการอำนวยการ OTOP แห่งชาติจึงกำหนดให้มีการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสำรวจ ตรวจสอบความถูกต้องและเพิ่มเติมข้อมูลผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนเมื่อ พ.ศ. 2547
2. เพื่อจัดเก็บข้อมูลผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่
3. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการสนับสนุนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งการคัดสรรเกณฑ์นั้นก็มาจากภูมิปัญญาไทย ก็คือ องค์ความรู้ ความสามารถและทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนาและถ่ายทอดสืบต่อกันมาเพื่อใช้แก้ปัญหา และพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเป็นองค์รวม และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทย ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์รวม และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทย ซึ่งภูมิ

ปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่งอกงามขึ้นใหม่ ที่จะช่วยในการเรียนรู้การแก้ปัญหา การจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนไทย ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญามีความเด่นชัดในหลายด้านดังนี้

1.1 ด้านเกษตรกรรม ได้แก่ ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะและเทคนิคด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิมซึ่งคนสามารถพึ่งตนเองในสภาวะการณ์ต่างๆ ได้ เช่น การทำการเกษตรผสมผสาน การแก้ไขปัญหาคาการเกษตร ด้านการตลาดการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต และการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร เป็นต้น

1.2 ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ในการแปรรูปการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัด และเป็นธรรม อันเป็นขบวนการใช้ชุมชนท้องถิ่น สามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้ตลอดทั้งการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตทางหัตถกรรม เช่น การรวมกลุ่มของกลุ่มโรงงานยางพารา กลุ่มโรงสี กลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น

1.3 ด้านการแพทย์แผนไทย ได้แก่ ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษาสุขภาพของคนในชุมชนโดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้ เช่น ยาจากสมุนไพรซึ่งมีอยู่หลากหลาย การนวดแผนโบราณ การดูแลและรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน เป็นต้น

1.4 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความสามารถเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ พัฒนาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน เช่น การบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำ การทำแนวปะการังเทียม การอนุรักษ์ป่าชายเลน การจัดการป่าต้นน้ำและป่าชุมชน เป็นต้น

1.5 ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ได้แก่ ความสามารถในด้านการสะสมและบริหารกองทุนสวัสดิการชุมชน และความมั่นคงให้แก่ชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่ม เช่น การจัดการกองทุนของชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ออมทรัพย์ รวมถึงความสามารถในการจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคนให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการ การรักษาพยาบาลของชุมชน และการจัดระบบสวัสดิการบริการชุมชน

1.6 ด้านศิลปกรรม ได้แก่ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านศิลปะสาขาต่างๆ เช่น จิตรกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ทัศนศิลป์ ศิลปะ การละเล่นพื้นบ้านและนันทนาการ

1.7 ด้านภาษาและวรรณกรรม ได้แก่ ความสามารถในการอนุรักษ์ และสร้างสรรค์ผลงานด้านภาษา คือ ภาษาถิ่น ภาษาไทยในภูมิภาคต่างๆ รวมถึงด้านวรรณกรรมท้องถิ่นและการจัดทำสารานุกรม ภาษาถิ่น การปริวรรตหนังสือโบราณ การฟื้นฟูการเรียนรู้ การสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่นต่างๆ

1.8 ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี ได้แก่ ความสามารถประยุกต์และปรับใช้ วัฒนธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญาความเชื่อ และประเพณีที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อบริบททาง เศรษฐกิจสังคม เช่น การถ่ายทอดวรรณกรรม คำสอน การบวชป่า เป็นต้น

1.9 ด้านโภชนาการ ได้แก่ ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์และปรุงแต่งอาหาร และยา ได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่างๆ ตลอดจนผลิตเป็นสินค้าและ บริการส่งออกที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมาก รวมถึงการขยายคุณค่าเพิ่มของทรัพยากรด้วย

### ประเภทผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียน แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน ออ. , GMP GMP HACCP QMARK , นอก . มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ , ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภค เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น

1.2 ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวสาร เนื้อสัตว์สด อาหารประมงสด

1.3 อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป / สำเร็จรูป

2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35 – 40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น ชิงผงสำเร็จรูป น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น ยาจีน ชาใบหม่อน เป็นต้น แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

2.2 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือ เส้น ใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1 ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่ทำจากเส้นใย เส้นด้ายนำมาทอถักทอเป็นผืน มีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้า ทำด้วยมือหรือเครื่องจักร รวมถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าและเครื่องนุ่มห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอ และ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลัก และมีวัสดุอื่นๆ เป็นองค์ประกอบผสม

3.2 เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุก ประเภทเพื่อประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม

4. ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน สถานที่ต่างๆ เครื่องใช้สอย หรือเครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย ตกแต่งหรือให้เป็นของขวัญ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือประดับตกแต่งร่างกาย และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยเครื่องจักรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในลักษณะของโรงงานที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก ใช้แรงงานคนเสริมโดยไม่ใช้ฝีมือการผลิตของคน

ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 ประเภท

4.1. ไม้ หมายถึง ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กล้องไม้ เป็นต้น

4.2 จักสาน ถักสาน หมายถึง ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใดๆ เช่น พลาสติก นำมาจักสาน หรือถักสาน ถักทอ เป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระจูดสาน เสื่อกก ที่รองจานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน เป็นต้น

4.3 ดอกไม้ประดิษฐ์ / วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กว๊วยไม้ ผลไม้ ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่างๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือ / และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษเป็นหลัก เช่น ดึงกระดาษ กล้องกระดาษ ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4.4 โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ที่ทำจากโลหะต่างๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสทูป ทองเหลืองทูป พิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

4.5 เซรามิก / เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน สินแร่ ไปขึ้นรูปและนำไปเผาด้วยความร้อนสูงเพื่อเป็นภาชนะของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เบญจรงค์ ถ้วย ชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระจกต่างๆ เป็นต้น

4.6 เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

4.7 อื่นๆ ของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจากตามข้อที่กล่าวมา เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระจก ซีเมนต์ เป็นต้น

5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบต่อการใช้ประโยชน์และส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอาง

สมุนไพรรวมถึงวัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานจากสมุนไพร สมุนไพรไล่หรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ในทางการเกษตร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

5.1 ยาจากสมุนไพร

5.2 เครื่องสำอางสมุนไพร

5.3 วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน

ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ให้พิจารณาจัดโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หรือประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลักและเจตนารมณ์ของผู้ผลิตเป็นหลัก

## ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 2.1 ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความหมายของ SMEs ว่าเป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษ คือ “Small and Medium Enterprises” หรือแปลเป็นภาษาไทยว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

ความหมายของธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับการยอมรับเป็นความหมายที่ได้รับการเสนอแนะโดย The Committee for Economic Development (CED) ของสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อมไว้ว่า เป็นธุรกิจที่มีลักษณะอย่างน้อยที่สุดสองประการ จากลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานอิสระ
2. เงินลงทุนมากและถูกสนับสนุนโดยทุนส่วนตัวหรือคนกลุ่มเล็กๆ
3. ของเขตการค้าดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก
4. เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน จะมีขนาดเล็กกว่า

SMEs หมายถึง ธุรกิจที่มีการบริหารงานอิสระไม่อยู่ในขอบข่ายขององค์กรใด เงินลงทุนมาจากเจ้าของกิจการ หรือเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายในประเทศ ลักษณะการผลิตนั้นต้องคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชนให้ความร่วมมือกัน รับผิดชอบมีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม เป็นผู้คอยให้คำแนะนำและคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี คิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

### 2.2 ขอบเขตของ SMEs

ขอบเขตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในส่วนของประเทศไทยมีการกำหนดธุรกิจ SMEs โดยครอบคลุมประเภทกิจการ 3 กลุ่มหลัก ๆ คือ

1). กิจการด้านการผลิต ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรม และเหมืองแร่ ซึ่งสามารถจำแนกตามปัจจัยหลักในการดำเนินงาน เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

### 1.1 Capital Intensive

#### 1.2 Labor Intensive

2). กิจการด้านการค้า จำแนกเป็นการค้าส่ง ค้าปลีก รวมทั้งการนำเข้า-ส่งออกปัจจุบัน มีการจำแนกธุรกิจ SMEs ภาคการค้าออกเป็น 6 กลุ่ม คือ

- 2.1 สินค้าอุปโภคบริโภค
- 2.2 สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องประดับ
- 2.3 ยานยนต์และอุปกรณ์ เครื่องจักร เชื้อเพลิง
- 2.4 เครื่องเรือน เครื่องใช้ในบ้าน
- 2.5 สิ่งพิมพ์ เครื่องเขียน
- 2.6 สินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป หัตถกรรม

3) กิจการด้านการบริการ จำแนกออกเป็น 9 กลุ่มหลักๆ คือ

- 3.1 บริการด้านสุขภาพ
- 3.2 บริการด้านการท่องเที่ยว และนันทนาการ
- 3.3 ด้านสื่อต่างๆ เช่น ซอฟต์แวร์ / บันเทิง / โฆษณา
- 3.4 บริการปรึกษา-วิชาชีพ
- 3.5 บริการด้านการศึกษาและฝึกอบรม เช่น โรงเรียน สถาบันกวดวิชา เป็นต้น
- 3.6 ด้านอสังหาริมทรัพย์และ Logistic (Inbound, Outbound)
- 3.7 บริการด้านการเงิน รับจํานํา และการร่วมลงทุน
- 3.8 บริการด้านโทรคมนาคม

กลุ่มดังกล่าว ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญคือ ต้องสามารถกำหนดขนาดของธุรกิจที่จัดเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพธุรกิจของประเทศ สำหรับการกำหนดขนาดของ SMEs มีการใช้เกณฑ์ต่างๆ มากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การใช้ยอดขายจำนวนพนักงาน เงินลงทุน รายได้ มูลค่าทรัพย์สินถาวร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากหน่วยงานที่เป็นกลางคือ ศูนย์การค้าระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ ปรากฏว่า ได้มีการกำหนดกรอบกิจการ SMEs ๆ ไว้ดังนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก เน้นกิจการในครัวเรือน และอยู่ในภูมิภาคหรือชนบท
2. มีผลผลิตที่สำคัญต่อชุมชน แต่มีจำนวนผลผลิตน้อย
3. ผลิตเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร เสื้อผ้า และเครื่องใช้ในบ้าน
4. เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่เกี่ยวข้องกับ งานไม้ หัตถกรรม และงานซ่อมแซมต่างๆ
5. มีการใช้วัตถุดิบนำเข้าและเครื่องจักรในปริมาณที่น้อยมาก

กิจการที่เข้าข่ายเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีมูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดิน สำหรับการประกอบกิจกรรมด้านการผลิตหรือการให้บริการไม่เกิน 200 ล้านบาทและมีการจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน (การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม, 46 )

### 2.3 เกณฑ์กำหนดขนาดของธุรกิจ

ในอดีตการกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย มีความหลากหลายในการเลือกใช้เกณฑ์ต่างๆ เนื่องจากการกำหนดขนาดดังกล่าวจะเป็นการจำแนกสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับ ซึ่งเดิมเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขึ้นกับการใช้งานภายในองค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานต่างๆ ที่มีต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นไปในทิศทางเดียวกันสำหรับทุกๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย เป็นต้น สรุปขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้สินทรัพย์ถาวรรวมที่ดินและจำนวนการจ้างงานเป็นเกณฑ์จำแนกขนาดธุรกิจดังนี้

ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดย่อม มีเกณฑ์ในการจำแนกดังนี้

ประเภทกิจการ	การจ้างงาน	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)
ผลิตสินค้า	ไม่เกิน50	ไม่เกิน50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
บริการ	ไม่เกิน50	ไม่เกิน50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าส่ง	ไม่เกิน25	ไม่เกิน50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าปลีก	ไม่เกิน15	ไม่เกิน50	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ตารางที่ 2 หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดธุรกิจขนาดกลาง มีเกณฑ์ในการจำแนกดังนี้

ประเภท กิจการ	การจ้าง งาน	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (ล้านบาท)
ผลิตสินค้า	51 - 200	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
บริการ	51 - 200	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าส่ง	26 - 50	เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 100	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ค้าปลีก	16 - 30	เกินกว่า 30 แต่ไม่เกิน 60	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ที่มา : แผนแม่บทการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สำหรับหลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของธุรกิจของไทย จากการสัมมนาของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีข้อเสนอแนะสำหรับการใช้ตัววัดขนาดสำหรับธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- ภาคการผลิต ใช้ตัววัดขนาด คือ จำนวนพนักงาน หรือยอดขาย หรือสินทรัพย์ถาวร ทั้งนี้ต้องพิจารณาลงไปในรายละเอียดของแต่ละประเภทอุตสาหกรรมด้วย
- ภาคการค้า ใช้ยอดขาย เป็นเกณฑ์ในการจำแนก
- ภาคบริการ ใช้เกณฑ์ในการวัดคือ ทุนจดทะเบียน ยอดขายและสินทรัพย์ถาวร

#### 2.4 วิวัฒนาการของ SMEs กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 (2504 - 2509) ได้กำหนดทิศทางสำคัญในการพัฒนาประเทศคือการพัฒนาให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมโดยเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า เป็นยุทธศาสตร์นำ และมีการตั้งกำแพงภาษีเพื่อป้องกันการแข่งขันจากภายนอก อุตสาหกรรมดังกล่าวในยุคนั้นนิยมผลิตในระบบการผลิตขนาดใหญ่ (mass production) ดังนั้นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เป็นส่วนมาก จึงได้รับการส่งเสริมส่วนอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมถึงแม้จะมีการเอ่ยถึงในแผนฯ ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมของประเทศ ย่อมไม่ได้รับความสนใจอย่างแท้จริง

ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2514 - 2519) กล่าวคือได้เริ่มมีนโยบายที่จะกระจาย อุตสาหกรรมต่างๆ ออกไปสู่ภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศมากขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายว่าเพื่อ

เป็นการลดช่องว่างของรายได้ระหว่างเมืองและชนบทและเพื่อเป็นการกระจายบริการของรัฐออกไปให้ทั่วถึงทั้งประเทศ อุตสาหกรรมที่เป็น Ago-Industries และหัตถอุตสาหกรรมเริ่มได้รับความสนใจเพื่อพัฒนาในการส่งออก สำหรับกิจการขนาดย่อมหรือเล็กนั้น เช่นเดียวกันยังคงได้รับการกล่าวถึงว่าจะได้รับการดูแลจากรัฐบาล แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงนั้นยังไม่อาจที่จะเปรียบเทียบให้เห็นว่าแตกต่างจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1-2 เท่าไรนัก แม้ว่าโดยส่วนรวมแล้วในช่วงนี้ภาคอุตสาหกรรมจะขยายตัวมากกว่าภาคเกษตร

แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) เนื่องจากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกในปลายแผนฯ 3 ซึ่งมีผลกระทบต่อระดับการขยายตัวที่วางไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 3 นั้นไม่อาจบรรลุได้ ประกอบกับปัญหาการกระจายรายได้ที่ได้สะสมมาตั้งแต่การเริ่มใช้แผนพัฒนาฯ และปัญหาความยากจนในชนบท จากปัญหาต่างๆ เหล่านี้ได้ทำให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 4 เน้นถึงความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อม อุตสาหกรรมต่างจังหวัดและในชนบทที่เป็นกิจการที่ใช้แรงงานมาก ทั้งนี้เพื่อหวังว่ากิจการขนาดย่อมจะช่วยในการกระจายรายได้และส่งเสริมการจ้างงานในเขตชนบท ยิ่งไปกว่านั้นรัฐบาลยังคาดหวังให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมเหล่านี้กับภาคการเกษตร ไม่เหมือนกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ได้รับความสนใจมาโดยตลอดในอดีต แต่จากผลการดำเนินงานในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 4 นี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจจริงในการแก้ไขปัญหาการจ้างงานและการส่งเสริมอุตสาหกรรมในชนบท เพราะยังมีความเหลื่อมล้ำของอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมในแต่ละภูมิภาคค่อนข้างสูงตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะได้รับหลังการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 4 ก็ยังไม่ได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) ได้เป็นจุดเริ่มต้นของยุคใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากเป็นแผนพัฒนาฯ แรกที่ได้เน้นถึงการพัฒนาชนบทโดยมุ่งที่จะให้ชาวชนบทมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้นจึงให้ความสนใจต่อกิจการขนาดย่อมเป็นพิเศษ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เป็น Labor Intensive อย่างไรก็ตามรัฐบาลก็ไม่ได้ละเลยอุตสาหกรรมที่เป็นการผลิตหรือส่งออก สาเหตุหนึ่งที่ทำให้รัฐบาลต้องเร่งช่วยเหลือกิจการขนาดย่อม คือเพื่อเป็นกระจายอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดในปริมณฑลมาก และปัญหาการขาดความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่จะรับแรงงานที่เพิ่มมากขึ้น และการขาดอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่จะมีส่วนในการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก แต่ผลของการดำเนินงานของแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 5 ก็ยังไม่ได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้เนื่องจากมีสาเหตุสำคัญหลายประการ คือ การที่ประเทศยังต้องพึ่งพาการนำเข้าของเครื่องมือเครื่องจักรและสินค้าขั้นกลางที่จะนำมาใช้พัฒนากิจการขนาดย่อม ทำให้เกิดปัญหาด้านดุลการชำระเงินของประเทศตลอดจน

โครงสร้างภายในอดีตที่มีการบิดเบือน ช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่และอุตสาหกรรมเพื่อการชดเชยการนำเข้ามาตลอดจนทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาของกิจการขนาดย่อม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) ยังคงมีแนวทาง นโยบายที่ไม่ได้แตกต่างจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 5 มากนัก ยังคงเน้นถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกและกิจการขนาดย่อม แต่ได้มีการระบุเจาะจงถึงอุตสาหกรรมที่เป็น Agro-based Industries กับ Engineering Industries ที่จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ (ชัยยุทธ ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์, สกนธ์ วรรณวิวัฒนา : 2533)

ถ้ามองถึงนโยบายพัฒนากิจการขนาดย่อมมาโดยตลอด เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 5 จึงได้เน้นถึงการพัฒนาชนบทโดยมุ่งที่จะให้ชาวชนบทมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการกระจายอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดในปริมณฑลออกสู่ชนบท ฉะนั้นจึงสอดคล้องกับนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ที่จะส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า ให้มาโลดแล่นบนถนนสายการธุรกิจ ด้วยแนวนโยบายส่งเสริมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่การเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งนโยบายภาครัฐบาลที่ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีทั้งแผนแม่บทการพัฒนา SMEs และแผนระยะสั้นและระยะยาว มีดังนี้

## 2.5 แผนแม่บทการพัฒนา SMEs (ภาคอุตสาหกรรม)

สาระสำคัญ

แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคอุตสาหกรรม)

ส่วนที่ 1 บทบาทและความสำคัญของ SMEs

ส่วนที่ 2 ทิศทางและแนวคิดในการพัฒนา SMEs ภาคอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์และมาตรการในการพัฒนา SMEs

ส่วนที่ 4 กลไกการบริหารแผน

### ส่วนที่ 1 บทบาทและความสำคัญของ SMEs

ในปัจจุบัน ภาคธุรกิจของไทยประกอบด้วยวิสาหกิจจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 8.5 แสนกิจการในจำนวนนี้ กว่าร้อยละ 99.7 จัดว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกล่าวคือ มีการจ้างงานไม่เกิน 200 คนต่อกิจการ และประมาณร้อยละ 40 เป็นวิสาหกิจขนาดเล็กมากซึ่งอยู่นอก

ระบบ ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายในภาคอุตสาหกรรม แรงงานประมาณกึ่งหนึ่ง และการจ้างงานใหม่ที่เกิดขึ้นหลังวิกฤตการณ์ในปี พ.ศ. 2540 ประมาณร้อยละ 60 อยู่ใน SMEs

ประมาณร้อยละ 30 ของวิสาหกิจไทยพึ่งพาดตลาดต่างประเทศ และอุตสาหกรรมส่งออกขนาดใหญ่ของไทยใช้วัตถุดิบแปรรูปขั้นต้นและชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศส่วนหนึ่ง การเพิ่มขีดความสามารถของ SMEs ที่เป็นผู้ผลิตเพื่อส่งออกและ SMEs ที่รับช่วงการผลิตจากผู้ส่งออก จึงเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาการส่งออกของไทยและการสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศในภาพรวม

ธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลางนั้น ได้มีบทบาทต่อเศรษฐกิจในเรื่องสำคัญๆ อาทิ เช่น

- ด้านการจ้างงาน จากข้อมูลของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน พบว่า ธุรกิจที่มีการจ้างงานต่ำกว่า 300 คน เป็นแหล่งจ้างงานถึงร้อยละ 60 ของกำลังแรงงานในภาคเอกชน
- ด้านการส่งออก พบว่า ร้อยละ 50 ของปริมาณการส่งออก เป็นสินค้าที่ผลิตจากธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลาง
- ด้านผู้บริโภค ทำให้มีการผลิตหลากหลายทั้งในด้าน ขนาด ประเภท คุณภาพ ฯลฯ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอและกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม
- ด้านการใช้วัตถุดิบในประเทศ พบว่า ธุรกิจขนาดเล็กลงและกลางส่วนใหญ่ จะมีการผลิตโดยใช้ วัตถุดิบที่ผลิตเองภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตร ทำให้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าในกลุ่มดังกล่าวด้วย
- ด้านภาครัฐ ในแง่ของรัฐซึ่งมีหน้าที่ดูแลบริหารเศรษฐกิจโดยรวมนั้น ธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลางจะมีความสำคัญในการเสริมสร้างภาวะการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ
- ด้านธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลางมีความสำคัญต่อธุรกิจขนาดใหญ่ ในแง่ของการเป็นฐานสนับสนุนสินค้าวัตถุดิบหรือสินค้าขั้นกลาง และเป็นแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ด้วย

## ส่วนที่ 2 ทิศทางและแนวคิดในการพัฒนา SMEs ภาคอุตสาหกรรม

การพัฒนาและส่งเสริม SMEs ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้าง อันได้แก่ การขาดเทคโนโลยี ขาดความสามารถในการจัดการสมัยใหม่ สินค้าด้อยคุณภาพ ขาดทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและตรงความต้องการ การกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งทุน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน ปัจจัยแวดล้อมการประกอบธุรกิจของ SMEs ได้เปลี่ยนไปและยังคงเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากการเปิดเสรีทางการค้าและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้ต้นทุนการสื่อสารและการกระจายสินค้าลดลงอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ปัจจัยที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันได้เปลี่ยนจากฐานทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศและแรงงานที่มีค่าแรงต่ำ ไปสู่การแข่งขันเชิงคุณภาพ การนำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความสามารถในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น

ไม่ว่า SMEs จะมุ่งตลาดภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศ ต่างก็จำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพให้เข้าสู่มาตรฐานสากลและยกระดับผลิตภาพให้ทัดเทียมคู่แข่งชั้น รวมทั้งต้องมีความสามารถที่จะเชื่อมโยงธุรกิจในลักษณะที่เป็นนานาชาติมากขึ้น

จากข้อพิจารณาข้างต้น จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนา SMEs ภาคอุตสาหกรรม ดังนี้

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล
2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของคนไทยมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งด้านการผลิตและการตลาดและ
3. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจต่าง ๆ ในทุกภูมิภาคอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสมดุลในโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม เป็นกลไกที่สามารถช่วยบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนในเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

### ส่วนที่ 3 กลยุทธ์และมาตรการในการพัฒนา SMEs

เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์การพัฒนาข้างต้น จึงกำหนดกลยุทธ์และมาตรการ ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์หลัก และ 32 มาตรการ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** ยกระดับความสามารถด้านเทคโนโลยีและการจัดการ มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

- 1.1 พัฒนาและประยุกต์ระบบวินิจัยและให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่สถานประกอบการให้เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมและจัดความช่วยเหลือแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 1.2 จัดระบบบริการที่ปรึกษาเฉพาะด้านเพื่อแก้ไขปัญหาและปรับปรุงกิจการ
- 1.3 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับปรุงกิจการให้ทันสมัย (Modernization) และใช้ระบบ ISO และ TQM ที่เหมาะสมกับธุรกิจไทย
- 1.4 สนับสนุนการยกระดับคุณภาพสินค้าของ SMEs มาตรฐานสากล
- 1.5 พัฒนาเครือข่ายและประสิทธิภาพของแหล่งบริการวิจัยและพัฒนา

**กลยุทธ์ที่ 2** พัฒนาผู้ประกอบการและทรัพยากรบุคคลของ SMEs มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

- 2.1 บ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการเดิมให้พร้อมรับการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์
- 2.2 เพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นของระบบบริการฝึกอบรมให้สนองต่อ

ความต้องการของบุคลากรของ SMEs

2.3 เพิ่มประสิทธิภาพของระบบมาตรฐานฝีมือแรงงาน

2.4 ปรับปรุงการผลิตบุคลากรในสถาบันการศึกษา

**กลยุทธ์ที่ 3** สร้างและขยายโอกาสด้านการตลาดแก่ SMEs มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

3.1 ปรับปรุงระบบการจัดซื้อของรัฐ ให้เอื้อต่อ SMEs โดยเน้นการขยายโอกาสแก่วิสาหกิจขนาดย่อม

3.2 ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.3 เพิ่มความเข้มแข็งของกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก

3.4 ส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน และการจัดตั้งบริษัทการค้าระหว่างประเทศ

**กลยุทธ์ที่ 4** เพิ่มขีดความสามารถของสถาบันการเงินและสร้างกลไกเสริมทางการเงินเพื่อส่งเสริม SMEs มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

4.1 ขยายและเพิ่มประสิทธิภาพระบบประกันสินเชื่อ

4.2 พัฒนาสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐให้เป็นสถาบันการเงินเพื่อ SMEs

4.3 จัดตั้งกองทุนเพื่อการร่วมทุนกับ SMEs ที่เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนา

4.4 จัดตั้งกองทุนส่งเสริม SMEs เพื่อเป็นกลไกทางนโยบายในการส่งเสริม SMEs และเป็นแหล่งทุนสนับสนุนการรวมกลุ่มของ SMEs

4.5 เพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานเพื่อให้บริการปรึกษาแนะนำด้านการเงินแก่ SMEs

**กลยุทธ์ที่ 5** ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของธุรกิจ มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

5.1 เร่งพัฒนาและจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารของ SMEs

5.2 พัฒนากลไกในการปรับปรุงนโยบาย กฎหมายและการบริหารเพื่อสร้างความเป็นธรรมลดข้อเสียเปรียบของ SMEs

5.3 ส่งเสริม SMEs ให้พร้อมเข้าสู่สังคมข่าวสาร

5.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพระบบการกระจายสินค้า

5.5 ยกกระดับขีดความสามารถของหน่วยงานระดับท้องถิ่นในการให้บริการแก่ SMEs และการจัดทำแผนส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาคต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ

### 5.6 ส่งเสริมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมขนาดย่อม

กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน มีมาตรการสำคัญที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

- 6.1 บ่มเพาะการจัดตั้งวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน
- 6.2 ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาเดิม
- 6.3 การจัดการเชิงธุรกิจและส่งเสริมให้เข้าสู่ระบบที่เป็นทางการได้

กลยุทธ์ที่ 7 สร้างความเชื่อมโยงและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจครบวงจร มีมาตรการที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่

- 7.1 ศึกษาวิจัยรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมตามหลักการเกาะกลุ่มธุรกิจ
- 7.2 พัฒนาโครงการนำร่องเพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงวิสาหกิจครบวงจร
- 7.3 ผลักดันและสนับสนุนการรวมกลุ่มและการสร้างธุรกิจสัมพันธ์
- 7.4 จัดมาตรการสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิทธิประโยชน์และ

เงินทุน

### ส่วนที่ 4 กลไกการบริหารแผน

กระบวนการบริหารและจัดการเพื่อนำแผนแม่บทฯ ไปสู่การปฏิบัติ จะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยมีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดทำเป็นนโยบายและแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการค้า และภาคบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปในทางเดียวกัน

### นโยบายด้านอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม

#### มาตรการเร่งด่วนระยะสั้น

1. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการจัดทำแผนปฏิบัติการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาและศักยภาพของท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยกระทรวงอุตสาหกรรมจะร่วมสนับสนุนในด้านความรู้สมัยใหม่ เทคนิคการผลิต และการบริหารจัดการ รวมทั้งการทำตลาด เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย

2. ร่วมผลักดันการจัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งแก้ไขปัญหาสภาพคล่องของภาคอุตสาหกรรมด้วยการปรับโครงสร้างการบริหารงานของบรรษัทเงินทุน

สนับสนุนการนำเครื่องจักรมาจดทะเบียนกรรมสิทธิ์เพื่อใช้เป็นหลักทรัพย์ในการเพิ่มทุน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการเดิม เพิ่มโอกาสและทางเลือกด้านแหล่งเงินให้ผู้ประกอบการใหม่ อันจะช่วยสร้างและรักษาฐานการผลิต การจ้างงาน การสร้างรายได้ และการส่งออก

3. ให้ความช่วยเหลือเพื่อลดต้นทุนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม โดยจัดบริการปรึกษา แนะนำเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การลดต้นทุนพลังงาน การประหยัดพลังงานและการใช้พลังงานทดแทน

4. สนับสนุนการแก้ไขปัญหาสภาพคล่องของภาคอุตสาหกรรม ด้วยการส่งเสริมการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์เครื่องจักรเพื่อให้สามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ในการกู้ยืม ผลักดันความร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์เพื่อสนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs เร่งปรับโครงสร้างการบริหาร เพิ่มสาขา และเพิ่มขีดความสามารถในการวิเคราะห์สินเชื่อ พร้อมทั้งลดอัตราดอกเบี้ยของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)

5. เร่งรัดการปรับโครงสร้างภาษี เพื่อช่วยลดต้นทุนและข้อเสียเปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย

6. ปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยโรงงานและการมาตรฐานอุตสาหกรรมให้ทันสมัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม

7. เร่งรัดการดำเนินงานเพื่อปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิต การจัดการและการตลาด ให้บังเกิดผลอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง

8. พัฒนาสมรรถนะบุคลากรและองค์ภาครัฐและเอกชนด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภาคอุตสาหกรรม และด้านระบบการจัดการตามมาตรฐานสากลเช่น ISO 9000, ISO 14000, ISO 18000 และ HACCP เป็นต้น เพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการปรับตัวสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก สำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้

ความรู้เป็นฐาน

9. กำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบและเตรียมความพร้อมรับการเปิดเสรีทางการค้าทั้งจากข้อตกลง WTO AFTA และกลุ่มเศรษฐกิจอื่นๆ รวมทั้งส่งเสริมภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านการค้า การลงทุน และข้อตกลงภายใต้กรอบข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านการค้า การลงทุน และการวิเคราะห์ผลกระทบตามข้อตกลงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

## มาตรการระยะยาว

1. ปรับปรุงโครงสร้างการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ ทักษะฝีมือศักยภาพในการผลิตและการตลาด และการใช้วัตถุดิบภายในประเทศให้สอดคล้องกับการพึ่งพาจากต่างประเทศ

2. เสริมสร้างให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่จะก่อให้เกิดผลต่อเนื่องต่อการปรับปรุงโครงสร้างการผลิตภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมพื้นฐานของประเทศ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม

3. สร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพการพัฒนาและมีฐานความรู้ความชำนาญสูง โดยส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารและแปรรูปสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพของโลก

4. พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยให้การสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลักดันให้เกิดเครือข่ายสารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการตลาด และส่งเสริมให้ SMEs ดำเนินกิจกรรมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5. ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงิน รวมถึงสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของกองทุนร่วมทุน ตลอดจนระบบการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้เข้าถึงแหล่งสินเชื่อ และเพิ่มปริมาณสินเชื่อ SMEs รายย่อยตามความจำเป็น

6. สนับสนุนและกำหนดมาตรฐานเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าอุตสาหกรรม สนับสนุนการเพิ่มผลผลิตภาคอุตสาหกรรมเพื่อการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเพิ่มผลผลิตการผลิตรวมภาคอุตสาหกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.5 ต่อปี รวมทั้งสร้างเครือข่ายและขบวนการเพื่อการพัฒนาปัจจัยหลักที่เป็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการเพิ่มผลผลิต เช่น พัฒนาบุคลากร เพิ่มขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

7. สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่น ชุมชน และภูมิภาค ให้เกิดธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีระบบการจัดการที่เข้มแข็ง และนำไปสู่การพัฒนาตามระบบบริหารคุณภาพที่ยั่งยืน โดยพัฒนากลุ่มอาชีพในท้องถิ่น ส่งเสริมการผลิตสินค้าไทย สร้างเครื่องหมายสินค้าท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนการจัดระบบพื้นที่อุตสาหกรรม ในรูปของนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของประเทศ โดยส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งนิคม

สนับสนุนการจัดระบบพื้นที่อุตสาหกรรม ในรูปของนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของประเทศ โดยส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมให้เข้าไปตั้งโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม

8. ส่งเสริมการรับช่วงและเชื่อมโยงการผลิต ระหว่างกิจการอุตสาหกรรมในลักษณะของกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้มีการสนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน และเชื่อมโยงธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็งกับธุรกิจอุตสาหกรรม ตลอดจนจัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมที่สามารถแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันได้และเป็นพันธมิตรกัน (Industrial Cluster)

9. กำกับดูแลสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงภัย และมีมลภาวะสูง สนับสนุนให้ย้ายไปยังเขตประกอบการอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรม โดยลดค่าของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรมให้ได้เพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดจนส่งเสริมและผลักดันการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยเน้นการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยในสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม เช่น ปรับปรุงมาตรฐานการจัดการมลพิษทางอากาศ ควบคุมคุณภาพอากาศให้สารมลพิษต่างๆ อยู่ในพิสัยมาตรฐาน บังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดกับกิจการที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษและส่งเสริมการผลิตที่สะอาด รวมทั้งให้องค์กรส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมผ่านระบบการจัดการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ

10. พัฒนาระบบสารสนเทศสถานะอุตสาหกรรม และกฎระเบียบมาตรการทางการค้า และการส่งออก ให้เชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึงระหว่างส่วนกลางกับส่วนภูมิภาค รวมถึงองค์กรที่เป็นกลไกบริหารส่วนระดับท้องถิ่น เพื่อสร้างระบบข้อมูลเตือนภัยและเป็นข้อมูลเพื่อการปรับตัวได้ทันสถานการณ์

11. เร่งรัดการจัดตั้งสถาบันอิสระ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมในแต่ละสาขา ได้แก่ สถาบันผลิตภัณฑ์ไม้และเครื่องเรือน สถาบันยาและเคมีภัณฑ์ สถาบันอุตสาหกรรมเซรามิกส์และสถาบันอุตสาหกรรมพลาสติก

12. ส่งเสริมและขยายความร่วมมือ ด้านอุตสาหกรรมและการลงทุนกับต่างประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค เพื่อสร้างพันธมิตรทางการค้าและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ทั่วประเทศมีกระบวนการประเมินผลการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ([http://www.smethai.net/html/policy/main\\_plan.asp](http://www.smethai.net/html/policy/main_plan.asp))

### 3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

#### 3.1 ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ

ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ หมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมา เพื่อหวังจะได้ผลกำไร

บาร์ช (Bach 1971) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้นำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงานเป็นต้น มาทำให้เกิดการผลิตและบริการ ผู้ประกอบการจะมีความหมายลึกไปถึงการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและการตัดสินใจขั้นสุดท้ายของการผลิตว่าจะผลิตสินค้าอะไร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไร ตลอดจนการขาย เปลี่ยนแปลง ก่อตั้ง หรือ ยกเลิกกิจการและการผลิตทั้งหมด

Kilby.P. (1971 : 2) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ทำการจัดสรรปัจจัยการผลิต ทำการเสี่ยง และรวมทั้งการตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด

ในขณะที่ ฮิสริช (Hisrich 1998 : 9) จะเน้นว่าความเป็นผู้ประกอบการ เป็นกระบวนการสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างที่แตกต่างกันในด้านคุณค่า โดยอุทิศเวลาและความอดสาหะรวมทั้งปัจจัยด้านการเงิน จิตวิทยาและความเสี่ยงทางสังคมเพื่อผลกำไร ความพึงพอใจ และความเป็นอิสระ

สำหรับนักวิชาการในประเทศไทยส่วนใหญ่จะให้ความหมายที่ใกล้เคียงกัน แต่จะรวมเรื่องของความรับผิดชอบต่อความเสี่ยง และความเป็นอิสระเข้ามาด้วย

दनัย เทียนพุม (2532 : 17) ให้ความหมายผู้ประกอบการว่า เป็นผู้ที่ริเริ่มและดำเนินการด้วยตนเอง และมีลล์ (Mill อ้างถึงใน ดนัย เทียนพุม , 2532 : 17) ซึ่งว่า ผู้ประกอบการจะมีความกล้าเสี่ยงอยู่ในตัว ซึ่ง “ความกล้าเสี่ยง” นี้เป็นคุณสมบัติอันสำคัญที่จะแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการ กับผู้บริหารที่เป็นมือปืนรับจ้างหรือ มืออาชีพ

ส่วนปราโมทย์ เจนการ (2522 : 3) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึง ผู้ที่นำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ แก่ ทุน ที่ดิน และแรงงาน มาผสมผสานจัดสรรเพื่อก่อให้เกิดการผลิตหรือบริการ ตลอดจนการดำเนินการจัดหาตลาดเพื่อจำหน่ายผลผลิตหรือบริการนั้นๆ และจินตนา สุนทรธรรม และคณะ (2531 : 19) ได้ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งและ จัดการธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ กำไร และความเจริญ และต้องเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในธุรกิจใหม่ โดยใช้กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ

โดยสรุปแล้ว หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มดำเนินการจัดการผลิต หรือผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ได้มองเห็นโอกาสที่จะทำกำไร เพื่อผลกำไรตอบแทน โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพ ดีกว่าเดิมเข้ามาใช้หรือบุคคลที่พยายามสร้างผลกำไรด้วยการเสี่ยง และความคิดริเริ่มใหม่ๆ

### 3.2 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

การวิจัยเพื่อค้นหาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการได้เกิดขึ้นอย่างมากมาย ตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1980 โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นที่คุณลักษณะสำคัญสามประการ ซึ่งได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) ความเชื่ออำนาจควบคุมภายในตน (internal locus of control) และความกล้าเสี่ยง (risk taking) นอกจากนั้น งานวิจัยอื่นๆ ยังได้บ่งชี้คุณลักษณะที่สำคัญอื่นๆ ดังเช่น ระดับความมีพลัง (energy level) ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (need for autonomy) ความยืดหยุ่นไม่ย่อท้อ (persistence) ความต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (dominance) ความปรารถนาที่จะมีอำนาจควบคุม (desire to for personal control ) และความปรารถนาที่จะสร้างสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง (desire build something of one'owe) (Naffziger, Hornsby, & Kuratko, 1994)

Bolton and Thompson (2000) ได้เสนอว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 กลุ่ม ได้แก่

1. การมีจิตใจจดจ่อ (focus) ได้แก่ การมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ
2. การแสวงหาโอกาสที่เหมาะสม (advantage) หมายถึง การรู้จักแสวงหาโอกาสที่เหมาะสมในการดำเนินการสิ่งต่างๆ
3. ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) คือ การคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ
4. ความเชื่อมั่นในตนเอง (ego) หมายถึง การมีความต้องการความสำเร็จ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความรับผิดชอบ และพร้อมที่จะเผชิญกับอุปสรรคหรือความยากลำบากต่างๆ
5. การทำงานเป็นทีม (team)คือ กรร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ
6. การคำนึงถึงสังคม (social) คือ การให้ความสำคัญแก่สังคม ชุมชน หรือสภาพแวดล้อม

สำหรับในประเทศไทย จิตนา สุนทรธรรม (2531) ได้ศึกษาธุรกิจขนาดย่อมโดยสุ่มตัวอย่างจากเจ้าของและผู้ประกอบการจากภาคต่างๆ ของประเทศไทย จำนวน 200 คน และพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ มีความคิดริเริ่มและมีการเปลี่ยนแปลง ไม่ทำธุรกิจตามผู้อื่น ขยัน ทำงานหนัก ทำกิจการที่ตนถนัด มีประสบการณ์ มีการวางแผนล่วงหน้า ใฝ่หาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีความสามารถทางการตลาด

ยุพิน นิลวลัยกุล (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระในเขตภาคตะวันออก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาได้แก่บุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพจนได้รับโล่และเกียรติบัตร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2540 จำนวน 127 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระมีทั้งสิ้น 24 ด้าน (1) มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ (2) นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ (3) มีความรู้ด้านอาชีพและรู้อจริงในสิ่งที่ทำ (4) ไม่เห็นแก่ตัว ช่วยสังคมตามโอกาสอันควร (5) แรงสนับสนุนจากครอบครัว (6) ใช้เวลาและทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุด (7) ใช้คำวิพากษ์วิจารณ์ของผู้อื่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด (8) ประหยัดคอออม (9) ไม่เอาเปรียบผู้อื่นและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (10) รักและมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพอิสระ (11) ทำเลและสถานที่ประกอบการ (12) ช่างสังเกต ปรับปรุงแก้ไขให้งานดีขึ้น (13) ยินดีรับความเปลี่ยนแปลงและกล้าเผชิญกับความจริงในทุกสถานการณ์ (14) มีทุนและการสนับสนุนที่ดี (15) มีความอดสาหะรอคอยความสำเร็จและผลประโยชน์ระยะยาวได้ (16) มีระเบียบวินัยในการควบคุมตนเองและผู้อื่น (17) ใช้ความผิดพลาดเป็นบทเรียน (18) ขยัน ซื่อสัตย์ต่อตนเอง และผู้อื่น (19) มีความสามารถและทำงานหนักได้เกินกว่าบุคคลปกติ (20) ตั้งเป้าหมายไว้สูง (21) ไม่เบื่อง่าย ไม่ทึ่งกลางคันเมื่อมีอุปสรรค (22) รักอิสรภาพไม่ชอบอยู่ใต้อำนาจใคร และ (23) มีการออมทรัพย์เพื่อการลงทุน (24) กล้าตัดสินใจที่จะเผชิญกับปัญหาทุกด้านอย่างมีเหตุผล

ชุติภา โอภาสานนท์ (2543) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้จำนวน 19 ข้อได้แก่ ความกล้าเสี่ยง ต้องการความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์ ผูกพันต่อเป้าหมายสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ยินหยัดต่อผู้งานหนัก ใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นบทเรียน มีความสามารถในการบริหาร เป็นผู้นำที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์ มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้น ใฝ่หาความรู้ กล้าตัดสินใจ มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน และมีความซื่อสัตย์

จากการทบทวนงานวิจัยผู้วิจัยจึงสรุปว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs หมายถึง มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ มีความคิดริเริ่มและมีการเปลี่ยนแปลง ไม่ทำธุรกิจตามผู้อื่น ขยัน ทำกิจการที่ตนถนัด มีความรู้ด้านอาชีพและรู้อจริงในสิ่งที่ทำ โดยไม่เห็นแก่ตัวใช้เวลาและทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุดทำงานหนัก ใช้มีประสบการณ์ช่างสังเกต ปรับปรุงแก้ไขให้งานดีขึ้น ในการวางแผนล่วงหน้า ใฝ่หาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ขยัน ซื่อสัตย์ต่อตนเอง และผู้อื่น และมีความสามารถทาง

### 3.3 ลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการที่มักจะถูกกล่าวถึงกันอย่างสม่ำเสมอ คือ การกระทำของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการจําแนกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น สิ่งที่ปรากฏอยู่

เสมอในการวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น เป็นที่ผู้ประกอบการทำ ไม่ใช่คุณลักษณะที่มีติดตัวมาเท่านั้น ดังนั้น คำอธิบายผู้ประกอบการมักประกอบด้วยพื้นฐานทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน จนถึงแตกต่างกันในตัวผู้ประกอบการ แม้ว่าจะมีคุณลักษณะบางประการที่จำเป็นอย่างเห็นได้ชัดเพียงไม่กี่ลักษณะ เช่น ความมีพลังในตัวผู้ประกอบการ และพื้นฐานทางความคิด

ฮิสริช และ ปีเตอร์ (Hisrich and Peters, 1998 : 67-70) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

1. เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Internal Locus Control)
2. เป็นผู้ที่ต้องการความสำเร็จ มีแรงจูงใจใฝ่ฝันสัมฤทธิ์สูง (Need for Achievement) โดยแบ่งออกเป็น

- มีความรับผิดชอบสูงในการแก้ปัญหา
- การวางแผนเป้าหมาย และพยายามไปให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้
- มีความกล้าเสี่ยงระดับปานกลาง
- มีความต้องการทำงานให้บรรลุผล
- เป็นผู้ของเสียในด้านการเงิน สังคม หรือ จิตวิทยา

เฟรเซอร์ (Frese, 2000 : 18-25) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ว่าเป็นการปรับเปลี่ยนของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 6 ลักษณะได้แก่

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความสามารถและความมุ่งหวังที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตน

ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การมีแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

2. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยง โดยแบ่งเป็น 3 แบบ คือ กล้าเสี่ยงกับสิ่งที่ตนไม่รู้ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากของตนเข้าสู่ก้นในการเริ่มกิจการและการกู้ยืมจำนวนมาก

3. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายามล้ำหน้า และทำการต่าง ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

4. ความสม่ำเสมอและความใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ มีความมั่นคง และจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์

5. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหาทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประสบความสำเร็จ

ส่วนอาทิตย์ วุฒิกะโร (2543 : 40-45) ได้เสนอว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมี 13 ประการ ดังนี้

1. มีความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ในระดับปานกลาง ชูธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของตัวเอง ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการมักจะชอบทำงานที่ท้าทายต่อความรู้ความสามารถของตน แต่จะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน โดยจะชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางที่มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรืออาจจะล้มเหลวได้

2. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งใจ เมื่อผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้วเขาจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ตัวเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว ความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายนั้น จะทุ่มเทให้ทั้งหมดโดยคิดวางแผนและวางกลยุทธ์ล่วงหน้าไว้ให้

3. มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น คือความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

4. มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะเป็นผู้ที่เต็มไปด้วยพลัง ทำงานหนัก ไม่อยู่นิ่ง

5. มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Attempt to learn from problem and mistake) คือ การนำเอาความรู้ประสบการณ์และผลสะท้อนที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิมเขามักมองเหตุการณ์ต่างๆ เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้

6. มีความรับผิดชอบ คือรับผิดชอบต่องานที่ทำอย่างเต็มที่ เป็นผู้ริเริ่มและกระทำสิ่งต่างๆ ให้เกิดขึ้น การนำเอาความรู้ประสบการณ์และผลสะท้อนที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิมเขามักมองเหตุการณ์ต่างๆ เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้

7. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Autonomy) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการมักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระ และพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตสภาวะแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้มีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ในอดีตผู้ประกอบการมักไม่ได้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูง แต่เขาก็ได้เรียนรู้ มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เขาทำการผลิต ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา

8. มีความสามารถในการบริหาร ผู้ประกอบการจะต้องมีลักษณะเป็นผู้นำและมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน ทั้งนี้ลักษณะของความเป็นผู้นำในแต่ละช่วงของกิจการก็แตกต่างกัน ดังเช่นในระยะแรกของการดำเนินกิจการ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง เอาใจใส่ความเป็นอยู่ของผู้ร่วมงาน ให้คำแนะนำ และควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ผู้ประกอบการจะเปลี่ยนแบบการบริหาร โดยมีความเชื่อและมั่นใจในผู้ใต้บังคับบัญชาที่ตั้งใจทำงานมากขึ้น ในที่สุดปล่อยให้ดำเนินการเองมากขึ้น

9. มีความคิดสร้างสรรค์ (Innovativeness) ผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบดั้งเดิม จะนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงาน

10. มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่เชื่อใจความสามารถของคนที่จะเป็นผู้ปรับสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามต้องการมากกว่า การปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติที่ควบคุมไม่ได้ หรือตาม “ดวง” หรือ “โชค” และหากมีความผิดพลาด จะยอมรับข้อผิดพลาดเป็นครู แล้วพยายามปรับปรุงแก้ไข มีความกล้าตัดสินใจ ผู้ประกอบการที่ต้องการความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญในการตัดสินใจ เมื่อได้ศึกษาหาข้อมูลอย่างถ่องแท้แล้ว มีความเชื่อมั่นในตนเองในงานที่กระทำลงไป รวมทั้งจะต้องมีจิตใจของนักต่อสู้ในสายเลือดอย่างเต็มที่

11. มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุนและมีความสามารถในการสร้างพันธมิตร

12. มีความซื่อสัตย์ (Integrity) ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ก็ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า หุ้นส่วนหรือผู้ร่วมทุน รวมถึงเจ้าหน้าที่ความประหยัดเพื่ออนาคต ก็คือการประหยัด รู้จักการเก็บออมเพื่อขยายกิจการในอนาคต จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจจะต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานกว่าจะบรรลุเป้าหมายได้

13. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการคือพลังสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้ประเทศเกิดความพัฒนา เป็นผู้สร้างให้สังคมมีความเป็นอยู่ดีขึ้น สร้างงานให้คนทำ สร้างรายได้และอำนาจซื้อให้ประชาชนเป็นผู้ประคองรักษาค้นวิธีการทำงานใหม่ๆ ผลผลิตสินค้าแบบใหม่ๆ

ส่วนตะวัน ณ ระนอง (2537 : 17) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดีในลักษณะคล้ายคลึงกันไว้ 6 ลักษณะ คือ

1. เป็นผู้มีความกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผล (Rational Risk Taking) เพราะผู้ประกอบการจำเป็นต้องตัดสินใจกระทำธุรกิจภายใต้ภาวะที่ไม่แน่นอน

2. เป็นผู้มีความสามารถในการเปิดรับทางธุรกิจหรือข่าวสารต่าง ๆ (Perception of Business Opportunity) เพราะผู้ประกอบการจะต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอ

3. เป็นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ค่อนข้างสูง (Achievement Motivation) หมายถึง การเป็นผู้ที่ต้องการจะทำอะไรให้สำเร็จด้วยตัวเอง

4. เป็นผู้ที่มีความเชื่อในแรงจูงใจภายในตัวเอง (Internal Locus of control) หมายถึง การเป็นบุคคลที่มั่นใจในตนเอง และกล้าที่จะดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความสามารถของตนเอง

5. เป็นผู้ที่มีเหตุผลในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Rationality)

6. เป็นผู้ที่มีความเป็นผู้นำค่อนข้างสูง (Leadership) อันได้แก่กล้าแสดงออก มีศิลปะในการจูงใจ หรือโน้มน้าวบุคคลอื่น ๆ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง

ซึ่งสอดคล้องกับ คณีย์ เทียนพูน (2532 : 37) ที่เสนอว่าลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีจะมีอยู่ 7 ประการ คือ

1. ต้องเป็นผู้กระหายในความล้มเหลวมากกว่าคนปกติทั่วไป ไม่ใช่กระหายเงินแต่ปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จในงานที่จะทำ ถึงแม้ว่าจะได้เงินเพียงเล็กน้อยก็ตาม

2. ต้องมีความมานะสูง มีพลังในการฝ่าฟันอุปสรรคไม่ว่าจะต้องใช้ระยะเวลาอันแสนนานแค่ไหน กล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะเสี่ยงกับความล้มเหลว หรือความผิดพลาดซึ่งอาจจะเกิดขึ้น นอกเหนือจากการควบคุมของตนเองมีไหวพริบในการใช้คน คือต้องมีไหวพริบในการผลักดันให้คนอื่นทำงานให้ได้ผล ตามความต้องการ ซึ่งรวมถึงอิทธิพลทางความคิดที่สามารถจูงใจลูกน้องให้คล้อยตามความคิดของตน

3. มีลักษณะของนักขายอยู่ในตัว คือมีความสามารถในการโน้มน้าวคนอื่นให้ยอมรับในเรื่องของความคิด และสิ่งต่าง ๆ ที่เขาเสนอไป

4. ยึดได้เมื่อภัยมา มีอารมณ์ขัน ถึงแม้ว่าจะประสบความผิดหวังหรือผิดพลาดก็ตาม

5. มองเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแง่ดีส่วนใหญ่ มองเห็นโอกาสที่จะแก้ไขได้เสมอ อย่างเช่น เศรษฐกิจ

6. เป็นคนที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา รู้ถึงปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้งและมองเห็นโอกาสที่จะหิบบนยสร้างสรรค์ได้เสมอ

7. ต้องเป็นคนที่มีไหวพริบซึ่งไม่ใช่เรื่องของระดับไอคิวสูง ในทางวิชาการ แต่เป็นไหวพริบที่ใช้ในการทำธุรกิจ (อ้างจาก ปราณี โอภาสานนท์ : คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม )

ในปัจจุบันภาคเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยกำลังให้ความสนใจกับการประกอบอาชีพอิสระเป็นอย่างมาก ยิ่งหลายฝ่ายได้พยายามผลักดันให้เกิดอุตสาหกรรมขนาดย่อมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยจัดตั้งหน่วยงานเกี่ยวกับ SMEs รวมทั้งตั้งกองทุนสำหรับสนับสนุน โครงการที่เป็น

ธุรกิจขนาดย่อมจากรัฐบาลและสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการในระบบธุรกิจของประเทศ

### สรุป คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ทุกๆ ปีผู้ประกอบการ SMEs บางคนประสบความสำเร็จ แต่คนส่วนใหญ่ตรงข้ามกัน ชำนาญก็คือไม่ประสบผลสำเร็จ สิ่งที่ทำให้ประสบผลสำเร็จไม่ใช่เพราะว่ามีเงินมาก แต่เป็นเพราะคุณลักษณะการประกอบการ SMEs หลายๆ อย่าง นั่นคือเป็นผู้ประกอบการที่จะแตกต่างจากคนอื่นในเรื่องความต้องการประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททำงานร่วมกับคนอื่น กล้าแก้ปัญหาที่ยากมากให้ลุล่วงไปได้ มองการไกลกว่าคนทั่วไป เป็นผู้กล้าเสี่ยง คือ เป็นผู้ประกอบการที่มักจะไม่วางแผนการทำงานที่มีความเสี่ยง เขามักจะรู้ว่าความเสี่ยงระดับไหนที่จะควบคุมได้และประมาณความสามารถในการแบกรับความเสี่ยงอยู่เสมอ เป็นผู้รู้จักเข้าไปปัญหาในช่วงสร้างธุรกิจไม่ยอมเจ็บป่วยจนกว่างานจะสำเร็จ เป็นผู้มีความมั่นใจ คือเป็นผู้ประกอบการที่มักจะมีคามมั่นใจในตนเองสูง เชื่อในความคิดฝีมือและความพยายามของตนเอง เขามักคิดว่าสามารถเปลี่ยนแปลงอนาคตได้เป็นผู้กำหนดชีวิตของตนเอง เป็นผู้สามารถควบคุมอารมณ์ตนเอง การเข้าสังคมเป็นเรื่องจำเป็นต่อผู้ประกอบการ SMEs

จากคำกล่าวที่ว่า”ไม่มีความสำเร็จในการงานใดจะยิ่งใหญ่เท่ากับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่วนตัว” แต่ก็เป็นเรื่องน่าแปลกที่มนุษย์ส่วนใหญ่ในโลกนี้มีอาชีพเป็นลูกจ้าง ในขณะที่มีมนุษย์ส่วนน้อยเป็นผู้ประกอบการที่ลงมือทำธุรกิจส่วนตัว (ก้องเกียรติ โอภาสวงการ 2544) ทำไมจึงเป็นเช่นนี้? ทั้ง ๆ ที่เราทุกคนก็ล้วนแล้วแต่ปรารถนาจะมีชีวิตที่ร่ำรวยความสุขและความสำเร็จที่ไร้ขีดจำกัด เราต้องการมีอิสรภาพทางการเงิน เราต้องการเป็นนายเหนือชีวิตของตนเอง เราต้องการทำอะไรก็ได้ตามที่ใจเราต้องการ แต่เราส่วนใหญ่กลับเลือกที่จะให้ผู้อื่นมาเป็นลิขิตทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตของเรา เรามีความยินดีที่จะให้ผู้อื่นมาเป็นผู้กำหนดรายได้ เวลา ความคิด การกระทำ และชะตากรรมในชีวิตของเราอย่างนั้นจริง ๆ หรือ ถ้าเราไม่ต้องการให้วิถีชีวิตของเราอยู่ภายใต้การตัดสินใจของผู้อื่น คุณลักษณะที่จะกล่าวต่อไปนี้ คือ คุณลักษณะที่เราจำเป็นต้องศึกษาและพัฒนาขึ้นมาให้ได้ เพื่อให้เราสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ และมีความสุขในชีวิตได้อย่างแท้จริง

ผู้วิจัยได้สรุปคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ โดยยึดหลักของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และการทบทวน

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศควรจะประกอบด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs 13 ประการดังนี้

**1. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)** คือ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากของตนเข้าผูกพันในการเริ่มกิจการและการกู้ยืมจำนวนมาก แต่จะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน ซึ่งเป็นความเสี่ยงระดับที่เขาประเมินแล้วว่า ไม่เกินความสามารถ มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ เพราะผู้ประกอบการจำเป็นต้องตัดสินใจกระทำธุรกิจภายใต้ภาวะที่ไม่แน่นอน โดยยึดขั้นตอนดังนี้

- 1.1 ความกล้าลงมือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้เกิดความประสบความสำเร็จ
- 1.2 มีความรับผิดชอบสูงในการแก้ปัญหา
- 1.3 การวางเป้าหมาย และพยายามไปให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้
- 1.4 มีความต้องการทำงานให้บรรลุผล
- 1.5 เป็นผู้ชอบเสี่ยงในด้านการเงิน สังคม หรือ จิตวิทยา

ความกล้าเสี่ยงในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ การกล้านำทรัพย์สินของตนและการกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง สถาบันการเงิน และธนาคารจำนวนมาก ไปใช้ในการเริ่มกิจการ ซึ่งเป็นความเสี่ยงระดับที่เขาประเมินแล้วว่า ไม่เกินความสามารถ แต่จะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน โดยจะชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางที่มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรืออาจจะล้มเหลวได้ มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ทუმเหตุปัญญาพลังความสามารถ ความมุมานะทั้งหมดเพื่อทำงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จตามที่คิดวิเคราะห์ รู้จักวางแผน ตั้งมาตรฐานงานของตนเองไว้สูง

**2. ความยืนหยัดอดทน (Preseverance)** หมายถึง การมีพันธะผูกพันการเป็นผู้ประกอบการ ในระยะยาว มีความยืนหยัดไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค พึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งความสามารถ และความมุ่งมั่นที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตน เมื่อผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้วเขาจะอดทนทำให้ประสบความสำเร็จแก่ตัวเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว ความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายนั้น จะทุ่มเทให้ทั้งหมดโดยคิดวางแผนและวางกลยุทธ์ล่วงหน้าไว้เพื่อให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจ

**3. มนุษย์สัมพันธ์ (Human relations)** เป็นคำที่มาจากคำว่า มนุษย์ + สัมพันธ์ คำว่ามนุษย์นั้น ได้แก่ บุคคลที่มีชีวิตที่เป็นคนเดียวหรือกลุ่ม เมื่อนำมาสมาส กับคำว่า สัมพันธ์ จึงหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือระหว่างกลุ่ม หรือระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคลนั่นเอง

จากแนวคิดของ อรุณ รักรธรรม (2527 : 35-39) สรุปได้ว่า มนุษย์สัมพันธ์เป็นเรื่องของธรรมชาติที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติอยู่โดยทั่วกัน มีกำเนิดขึ้นมาเป็นหลักวิชาเพราะเมื่อมีคนมากขึ้นความเจริญด้านอื่นๆ ก็ตามมา คนรู้คุณค่าของความเป็นอิสระมากขึ้น มีความต้องการมากขึ้น

จะปกครองกันด้วยอำนาจตามกฎหมายและระเบียบอย่างเดียวย่อมไม่ได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ให้มากที่สุด

ณรงค์ บุญมี (2522 : 32) มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพื่อมุ่งให้เกิดความร่วมมือกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความเข้าใจอันดีต่อกันและกัน

จรรยา ทองถาวร (2535 : 2) กล่าวว่า มนุษย์สัมพันธ์เป็นวิชาว่าด้วยทั้งศาสตร์และศิลปะในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคล เพื่อให้เกิดการร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ควิส คีส (Davis , Keith 1975 : 9) กล่าวว่า มนุษย์สัมพันธ์ คือ การรวมคนให้ทำงานร่วมกันในลักษณะที่มุ่งให้เกิดความร่วมมือ ประสานงานความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อให้บังเกิดผลบรรลุตามเป้าหมาย

จากแนวคิดหลายท่านๆ ผู้วิจัยจึงยึดหลักการมนุษย์สัมพันธ์ของ อำนวนย แสงสว่าง (2536 : 103-105) ได้ให้บัญญัติ 10 ประการ เพื่อให้เกิดมนุษย์สัมพันธ์ สรุปได้ดังนี้

1. ยิ้มให้ผู้อื่น การยิ้มให้ผู้อื่นก่อนเป็นการแสดงความมีน้ำใจ ความเป็นมิตร มีอัธยาศัยอันดีทางด้านจิตใจ มีความเป็นกันเอง ซึ่งเป็นการง่ายและสะดวกแก่บุคคลอื่นที่จะเข้ามาติดต่อกัน
2. ทักทายผู้อื่น การทักทายเป็นมารยาทที่ดีในการสังคมทุกชาติทุกภาษา ควรจะมีการทักทายสนทนากันตามธรรมเนียมเพื่อให้ความสำคัญติดต่อสื่อสารกันได้อีกในโอกาสต่อไป ดังนั้นการรู้จักการทักทายบุคคลอื่นก่อนเป็นการสร้างมิตรสหายเป็นบุคคลที่กว้างขวางในการเข้าสังคมได้ดี
3. จำชื่อและเรียกชื่อผู้อื่น การจำชื่อบุคคลต่างๆ ได้ และสามารถเรียกชื่อถูกต้อง เป็นสิ่งที่พึงกระทำเป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นว่า เกิดรติต่อบุคคลอื่นที่สามารถจำชื่อและเรียกชื่อได้ถูกต้องทำให้บุคคลอื่นที่มาติดต่อสัมพันธ์กับเรามีความรู้สึกยินดี
4. มีความเป็นมิตร เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถแสดงออกอยากให้ผู้อื่นมีความสุขปราศจากความทุกข์ และมีความหวังใยต่อการดำเนินชีวิต
5. มีความจริงใจ เป็นความปรารถนาดีและหวังดีทั้งต่อหน้าและลับหลังที่ต้องการให้บุคคลอื่นมีความสุขในการดำรงชีวิต เมื่อบุคคลอื่นมีความทุกข์ก็แสดงความเสียใจและเป็นผู้ที่ปลอดภัย เป็นกำลังใจหรือให้ความช่วยเหลือสงเคราะห์ตามสมควรและโอกาส
6. มีความสนใจต่อผู้อื่น ความเอาใจใส่ต่อบุคคลอื่นที่มาติดต่อสัมพันธ์ ให้ความสนใจในความสำคัญของตัวบุคคลผู้มาติดต่อ ถ้ามีแนวทางที่ให้ความช่วยเหลือโดยฉับพลัน แต่ถ้าเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้หรือนอกเหนือจากความสามารถแล้ว ก็ต้องพูดแนะนำหรือให้กำลังใจ

7. อ่อนน้อมต่อคำชมและระมัดระวังต่อการวิจารณ์ การอ่อนน้อมต่อคำชมที่บุคคลอื่นกล่าวยกย่องชมเชยในวาระ และโอกาสต่างๆ นั้นเป็นมารยาทที่ดีสำหรับผู้ปฏิบัติ ถ้าเป็นเรื่องดีมีประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็ควรจะวิจารณ์ได้ แต่จะต้องวิจารณ์อย่างเป็นวิชาการ แต่ถ้าเรื่องใดจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่น ก็ไม่ควรวิจารณ์เพราะจะเป็นการวิจารณ์เพื่อเป็นการนินทาบุคคลอื่น ซึ่งจะก่อความเสียหายทั้งแก่บุคคลอื่นและตนเอง

การมีมนุษยสัมพันธ์ในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น สามารถให้ความยอมรับนับถือผู้อื่น มีการแสดงออกที่บ่งชี้ถึงความมีอัธยาศัยไมตรี สามารถโน้มน้าว จิตใจและแสวงหาความร่วมมือจากผู้อื่นได้ โดยยึดหลักของอำนาจ แสงสว่าง (2536 : 103-105) คือ ยิ้มให้ผู้อื่น , ทักทายผู้อื่น , จำชื่อและเรียกชื่อผู้อื่น , มีความเป็นมิตร , มีความจริงใจ , มีความสนใจต่อผู้อื่น , อ่อนน้อมต่อคำชมและระมัดระวังต่อการวิจารณ์ เพื่อความประสบความสำเร็จ

4. ใฝ่ความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง การมีลักษณะใฝ่ใจในความสำเร็จ ตัดสินใจจากผลสะท้อนกลับและเป็นบุคคลที่วางแผนตั้งเป้าหมายเพื่อปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายนั้น ต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการจึงควรมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายามล่าหน้า และทำการต่างๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด ขอบอิสระ และพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตสถานะแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 4.1 มีการกำหนดเป้าหมาย
- 4.2 วางแผนและจัดการตามแผนงานที่วางไว้
- 4.3 ตั้งมาตรฐาน การทำงานเพื่อชี้หน้าตนเองและคนในองค์กรได้
- 4.4 ทำงานด้วยความทุ่มเทตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ
- 4.5 ต้องมีนิสัยทำงานเกินเงินเดือน

ลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs ที่ใฝ่ความสำเร็จ คือ เมื่อผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้ว เขาจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ตัวเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว มีความสามารถในการชี้หน้าตนเองและผู้อื่น ด้วยการกล้าคิด กล้าตัดสินใจ และลงมือทำตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายนั้น จนประสบความสำเร็จ

5. การจัดการกับความล้มเหลว (Dealing With failure) ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมาก ได้รับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจนกระทั่งขยายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในที่สุด แต่ธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งไม่ประสบความสำเร็จต้องล้มเลิกกิจการไปอย่างน่าเสียดาย เป็นการสูญเสียเงินทุนและแรงงานที่ทุ่มเทไปอันที่จริงแล้วธุรกิจขนาดย่อมทุกแห่งมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จและล้มเหลวเท่าเทียมกันแต่การดำรงธุรกิจให้อยู่รอดในระยะยาวและเจริญเติบโตได้ ต้องอาศัยการ

จัดการอย่างชาญฉลาดภายใต้สภาวะแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ต้องมีหลักการการจัดการความล้มเหลวดังนี้

5.1. ไม่ท้อถอยเมื่อเกิดความล้มเหลว ถือว่าความผิดพลาดคือบทเรียนที่ควรจะเรียนรู้ พร้อมทั้งจะเสี่ยงกับความล้มเหลว ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.2. ยึดได้เมื่อภัยมา เป็นคนที่ยิ้มง่ายสู้ทุกปัญหาและอุปสรรคทุกครั้ง และไม่ยอมที่จะหนีปัญหาในการเริ่มทำ หรือทำแล้วยังไม่ประสบความสำเร็จ

5.3. มีอารมณ์ขัน ถึงแม้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือผิดพลาดก็ตาม ก็ยังปลอบใจตนเองได้

5.4. กล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะเสี่ยงกับความล้มเหลว จึงไม่ใช่จุดจบของชีวิต แต่เป็นเพียงความพ่ายแพ้ชั่วคราวเท่านั้น และคนเราย่อมประสบความสำเร็จมากหรือน้อยตามสัดส่วนของอุปสรรค และความพ่ายแพ้ที่เราได้ประสบและเอาชนะมาได้ อย่างไรก็ตาม คนส่วนใหญ่ จะละทิ้งความพยายามเมื่อเห็นเพียงสัญญาณแรกของความล้มเหลว

ฉะนั้นการจัดการความล้มเหลวของ SMEs คือ ไม่ท้อถอยเมื่อเกิดความล้มเหลว ถือว่าความผิดพลาดคือบทเรียนที่ควรจะเรียนรู้ พร้อมทั้งจะเสี่ยงกับความล้มเหลว ยึดได้เมื่อภัยมา มีอารมณ์ขัน ถึงแม้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือผิดพลาดก็ตาม ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**6. แรงจูงใจและพลัง (Motivation an energy)** ความหมายของแรงจูงใจ ภาษาอังกฤษคือ คำว่า Motivation มาจากรากศัพท์ภาษาลาตินว่า movere แปลว่า tomove คือการผลักดันให้เคลื่อนที่ ดังนั้นนักวิชาการหลายท่านจึงได้ให้คำนิยามไว้ต่างๆ กันดังต่อไปนี้

สมพงษ์ เกษมสิน ให้ความหมายของการจูงใจว่าเป็นนามธรรม คือเป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ประพฤติปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของคนจะเกิดขึ้นได้คงต้องมีสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การจูงใจ หมายถึง ความพยายามจะชักจูงให้ผู้อื่นแสดงออกหรือปฏิบัติตามต่อสิ่งจูงใจ อาจมีได้ทั้งจากภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ เอง แต่มูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคลคือ ความต้องการ (สมพงษ์ เกษมสิน 2517:192)

ภิญโญ สาธร กล่าวถึงการจูงใจว่าเป็นความพยายามอย่างมีระบบของหน่วยงานที่จะลดปัญหาต่างๆ ที่เผชิญหน้าบุคลากรบรรจุนใหม่ เพื่อให้เขามีความสุขความพอใจกับงาน (ภิญโญ สาธร 2517 : 259)

ธงชัย สันติวงษ์ กล่าวถึงการจูงใจคนในการทำงานว่า ผู้บริหารจะต้องทำการจูงใจให้คนงานทุ่มเทกำลังความสามารถเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้การจูงใจคนในการทำงานจะมีความหมายในทางที่จะให้ได้ผลงานที่ดีและสูงขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์จะให้องค์กรสามารถมีข้อได้เปรียบในทางต่างๆ จากความมีประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่จะทำได้ (ธงชัย สันติวงษ์ 2523 : 358)

แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs หมายถึง การทำงานด้วยความกระตือรือร้นเต็มไปด้วยพลัง สามารถทำงานติดต่อกันได้เวลานาน จินตนาการ คือ พลังในการวาดภาพของจิตใจ หรือ ไอเดียทางจิตใจ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นมาจากการผสมผสานข้อเท็จจริงและประสบการณ์ต่างในชีวิต เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดใหม่ๆ ความใจกว้าง เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อการสร้างความก้าวหน้าในชีวิต เพราะถ้าหากเราเป็นคนที่ปิดกั้นตัวเองจากการรับรู้แนวคิดใหม่ๆ และเพื่อนฝูงใหม่ๆ . ความเชื่อมั่นในศรัทธา มีความเชื่อในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และมีสติปัญญาสูง ต้องมีความมานะสูง มีพลังในการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

7. **วิสัยทัศน์และเป้าหมาย (Vision and goals)** เนื่องจาก การศึกษาเรื่องวิสัยทัศน์และเป้าหมายทางด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ดังนั้นการให้คำนิยามวิสัยทัศน์และเป้าหมายทางด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในเชิงวิชาการยังไม่มีมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ผู้วิจัยจะเริ่มสำรวจแกนความคิดวิสัยทัศน์และเป้าหมายจากเอกสารในทุกรูปแบบ หลังจากนั้นจะเทียบเคียงความคิดที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการสังเคราะห์ความคิดรวบยอดสำหรับการวิจัย คำว่าวิสัยทัศน์และเป้าหมาย มีผู้ให้ความหมายดังนี้

The Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English (1995 : 1330) ได้ให้ความหมายของคำว่า วิสัยทัศน์และเป้าหมาย หมายถึง พลังในการมองเห็น การมองเห็นความสามารถในการคิดหรือวางแผนไว้สำหรับอนาคตด้วยความคิดและการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วน รวมถึงสิ่งที่เป็นประสบการณ์ที่มีพลังในการนึกคิดเพื่ออนาคต

The Concise Oxford Dictionary of Current English. (1990 : 392) ได้ให้ความหมายของคำว่า วิสัยทัศน์และเป้าหมาย หมายถึง การมองเห็นสิ่งที่เห็นเหนือธรรมชาติ ความคิดที่เกิดจากความฝัน หรือการวางแผนเพื่ออนาคตตามความคิดเห็นที่เกิดขึ้น

ธีรยุทธ บุญมี (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการมองไกลหรือความคิดอย่างลึกซึ้ง ในการพิจารณาคาดการณ์ล่วงหน้าถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต

ยุค ศรีอาริยะ (2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการเห็นอนาคตการมีทัศนที่ก้าวไกลเกี่ยวพันโดยตรงกับมิติทางภูมิปัญญา หากสามารถเชื่อมต่อหรือสร้างเอกภาพระหว่างอดีตปัจจุบันและอนาคตได้ ก็จะสร้างระบบภูมิปัญญาใหม่และกำเนิดหรือเลือกทางเดินสู่อนาคตได้ (นางสาววิมลรัตน์ ชนปลัดยศ : 2542)

วิสัยทัศน์และเป้าหมายของผู้ประกอบการ SMEs คือ การมองเห็น ความสามารถในการคิดหรือวางแผน และการคาดการณ์ถึงสภาวะที่น่าจะเป็นในอนาคต ด้วยความคิดและประสบการณ์ที่มีการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วน ที่จะทุ่มเทให้ประสบความสำเร็จ

8. **การแสวงหาข้อมูล (Information seeking)** หมายถึง เป็นสภาวะอันหนึ่งของจิตใจที่กระตือรือร้นและเร่งเร้าคนเราให้ลงมือ “ปฏิบัติ” เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการ “เป้าหมายสำคัญที่

แน่นอน” ของเรายู่เสมอ มีความสามารถในการเปิดรับทางธุรกิจหรือข่าวสารต่าง ๆ ต้องเป็นผู้กระหายในความสำเร็จมากกว่าคนปกติทั่วไป

ซึ่งจะสรุปเป็น 4 ด้าน เรียกว่า 4F คือ

8.1 การมุ่งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focused) การดำเนินการเช่นนี้ต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และการจัดดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

8.2 ความเร็ว (Fast) การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทำให้ทุกธุรกิจหยุดนิ่งไม่ได้ ผู้ที่บริการหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่าจะเป็นผู้กำหวัใจของลูกค้า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ต้องจัดรูปแบบการทำงานที่มุ่งความรวดเร็วโดยให้คนงานรู้จักการตัดสินใจ มีการทำงานร่วมกันทีม และให้ถือความรวดเร็วในการปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

8.3 ความยืดหยุ่น (Flexible) ความยืดหยุ่นจะทำให้ธุรกิจขนาดย่อมสามารถมองหาโอกาสใหม่ๆ และเข้าหาโอกาสที่เกิดขึ้นได้ง่าย

8.4 ความเป็นมิตร (Friendly) ความเป็นมิตร หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับองค์กรอื่น ซึ่งทำให้ธุรกิจขนาดย่อมสามารถขยายธุรกิจได้โดยไม่ขีดจำกัด ซึ่งรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจขนาดใหญ่ กลยุทธ์ในด้านรวมถึงการร่วมทุน การจ้างเหมางานนอก การให้สิทธิบัตร การทำข้อตกลงการตลาดระยะยาว และการขายบริการ ( ฉัชชา ชินธิป , อ้างถึงคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ SMEs : 2547 -19)

การแสวงหาข้อมูลในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ การค้นหาและแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ จากผู้อื่น เพื่อนำมาใช้ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยแยกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ การมุ่งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม , ความเร็ว , ความยืดหยุ่น และความเป็นมิตร เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในธุรกิจ

9. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ จุดมุ่งหมายที่สำคัญยิ่งของการศึกษาก็คือ มุ่งที่จะพัฒนาประชากรให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูง ซึ่งจะก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ การค้นพบทางวิทยาศาสตร์ที่แปลกใหม่และมีประโยชน์ ดังนั้น จึงจำเป็นที่สถานศึกษาทั้งหลายจะต้องปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อครู และใฝ่หาที่จะทำให้เกิดบรรยากาศแห่งการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองสังคม และประเทศชาติ

ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีดังต่อไปนี้

1. เป็นคนที่สนใจปัญหา ยอมรับความเปลี่ยนแปลง
2. มีความสนใจกว้างขวาง ทนต่อเหตุการณ์รอบด้าน
3. มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ขลาดกลัวต่อสิ่งที่ยังไม่ทราบ
4. ชอบคิดหาทางแก้ปัญหาไว้หลายๆ ทาง เคารยทางเลือก มีทางหนีทีไล่เสมอ

5. มีสุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรงทั้งกายและใจ
6. ยอมรับ ในสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์
7. ไม่เคร่งครัดในระเบียบแบบแผน
8. ไม่ยึดมั่นถือมั่นในสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากเกินไป
9. ชอบทำงานเพื่อความสุขและความพึงพอใจของตนเอง

ความคิดสร้างสรรค์นี้ มิใช่กรรมพันธุ์ แต่เป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนร่ำเรียนกันได้ ถ้าเด็กได้รับการฝึกให้รู้จักคิด หาเหตุผล หาทางพลิกแพลงทำสิ่งต่างๆ ในลักษณะวิธีการที่แปลกๆ ออกไป และคนรอบข้างต้องไม่ปิดกั้นความคิดนั้นๆ (ดร. ประชาญา กล้าผจญ, อ้างถึงสำนักบรรณสารการพัฒนา : 131-132)

ความคิดสร้างสรรค์ในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ ความสามารถในการคิดสิ่งแปลกใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยไม่ยึดติดอยู่กับแนวความคิดเดิม เป็นคนที่สนใจปัญหา ยอมรับความเปลี่ยนแปลง มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ขาดกลัวต่อสิ่งที่ยังไม่ทราบ มีความสนใจกว้างขวาง ทันทต่อเหตุการณ์รอบด้าน ชอบคิดหาทางแก้ปัญหาไว้หลายๆ ทาง ไม่เคร่งครัดในระเบียบแบบแผน ไม่ยึดมั่นถือมั่นในสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากเกินไป และจะนำเอาประสบการณ์ที่ผ่าน มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงาน

**10. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)** หมายถึง ความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถในการกระทำและจัดการสิ่งต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายนิสัย ประหยัดคอดออมเป็นลักษณะนิสัยสำคัญที่บ่งบอกถึงความสามารถในการควบคุมตนเอง โดยหลักการสำคัญสำหรับการประหยัดคอดออม ก็คือ การพยายามเก็บออมเงินอย่างมีระเบียบด้วยการกำหนดอัตราส่วนที่แน่นอนของการออมจากรายได้ทั้งหมดของคุณ เป็นผู้ที่ต้องการจะทำอะไรให้สำเร็จด้วยตัวเอง

**11. กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ (Initiative and Reynders and Van responsibility)** การเริ่มต้นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการควรมีความกล้าริเริ่มในปัจจัยต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในเรื่องของเงินทุน พนักงาน กระบวนการผลิต และข้อมูลตลาด โดยมีประเด็นต้องพิจารณาดังนี้

**11.1 เงินทุน** สิ่งสำคัญของการทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือเงินทุน การเริ่มต้นธุรกิจด้วยการขาดเงินทุนจะเป็นการทำลายโอกาสแห่งความสำเร็จ และถ้ามีเงินทุนแต่ไม่เพียงพอ ก็จะทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องในทางการเงิน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการใช้เงินทุนให้เพียงพอ ไม่ว่าจะมาจากธนาคาร สถาบันการเงิน เงินทุนส่วนตัว หรือญาติพี่น้อง

**11.2 พนักงาน** ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการจึงต้องรู้จักหาคนดีมาทำงาน จัดให้มีการพัฒนาพนักงานด้วยการฝึกอบรม และให้แรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม

11.3 การตลาด เทคนิคการตลาดจะช่วยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ทราบว่ามีผู้บริโภคต้องการอะไร ปริมาณเท่าใด เพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง และควรทราบว่า ลูกค้าชอบอะไร เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ( ฉัชชา ชินธิป , อ้างถึงคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ SMEs : 2547 -19)

กลักริเริ่มและรับผิดชอบในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ มีความต้องการเป็นผู้ก่อให้เกิดการ ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ พยายามผลักดันให้บรรลุสำเร็จ ในด้าน การเงิน พนักงาน และการตลาด พร้อมจะยอมรับผลที่เกิดขึ้น การนำเอาความรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิมเพื่อธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

12. การแสวงหาโอกาส (Opportunity seeking) สตีเฟน โควีย์ (ดร.ปราชญา กล้าผจญ , อ้างถึงสำนักบรรณสารการพัฒนา : 2525) คุณลักษณะนิสัยการแสวงหาโอกาส 6 ประการดังนี้

- 12.1 คิดแบบก้าวหน้าสร้างสรรค์
- 12.2 กำหนดเป้าหมายในการทำงาน
- 12.3 มีนิสัยสามารถกระทำในสิ่งที่ผู้ประสบความสำเร็จไม่ชอบทำ
- 12.4 คิดแบบชนะ – ชนะ
- 12.5 แสวงหาความเข้าใจฝ่ายเขาเพื่อให้เขาเข้าใจตัวเรา
- 12.6 ใช้พลังร่วมของกลุ่ม

กลักริเริ่มและรับผิดชอบในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ การพยายามมองหาช่องทางที่จะเป็นโอกาสสำหรับการริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆ การนำเอาความรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิมโดยอาศัยแนวคิด 6 ประการดังนี้ คิดแบบก้าวหน้า , กำหนดเป้าหมายในการทำงาน , มีนิสัยสามารถกระทำในสิ่งที่ผู้ประสบความสำเร็จไม่ชอบทำ , คิดแบบชนะ – ชนะ , แสวงหาความเข้าใจฝ่ายเขาเพื่อให้เขาเข้าใจตัวเรา , ใช้พลังร่วมของกลุ่ม เหล่านี้เป็นโอกาสที่จะได้แสวงหาโอกาสเพื่อธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

13. ความซื่อสัตย์สุจริต(Integrity) หมายถึง ความตรง ความไม่คด ไม่มีเล่ห์เหลี่ยม ลับลมคมใน คนซื่อสัตย์ มีความจริงใจอยู่เสมอ มุ่งรักษาความจริงเสมอ รักษาคำมั่นสัญญา มีความตั้งใจจริง พยายามจะทำสิ่งใดก็ทำสิ่งนั้นจนสำเร็จ ไม่รวนเร เมื่อรับปากกับผู้อื่นว่าจะทำสิ่งใดก็ทำให้เสร็จตามเวลา (ชม ภูมิภาค , อ้างถึงสมาคมการศึกษาแห่งประเทศไทย , 2523 : 112)

กิริติ บุญเจือ (2521) กล่าวว่า คุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมอื่นๆ เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ ผู้สนใจพัฒนาบุคลิกภาพจะต้องสนใจฝึกฝนคุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรม

อื่นๆ ให้มั่นคงในการประพฤติดี ใครไม่ปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์ต่อพระเจ้าและต่อเพื่อนมนุษย์ ก็เลวก็จะเป็นเจ้าเรือน ยิ่งปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์เท่าใดก็ยิ่งมีความโน้มเอียงที่จะทำความดีมากขึ้นเท่านั้น ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมที่สำคัญประการหนึ่ง จึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพที่ต้องฝึกฝนจึงจะเกิดขึ้นได้ ไม่เช่นนั้นบุคคลก็อาจจะหลงไปในล่อใจต่างๆ ให้ประพฤติผิดได้

คุณธรรมความซื่อสัตย์เป็นความตระหนัก ความหยั่งรู้ในจิตใจ ในเรื่องความถูกต้องตรงไปตรงมา ความชอบธรรม ความจริงใจ ความยุติธรรม ต่อตนเองและต่อผู้อื่น คุณธรรมความซื่อสัตย์เป็นสิ่งสำคัญซึ่งมักจะอยู่ในคำสอนของศาสนาสำคัญทุกศาสนา เป็นหลักที่ช่วยให้มนุษย์อยู่ร่วมกัน อย่างมีสันติ มีความสุข ความเจริญ คุณธรรมความซื่อสัตย์จึงเป็นคุณธรรมที่มนุษย์ปรารถนาในตนเองและในตัวผู้อื่นในสังคม และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าคุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมอื่นๆ ต้องอาศัยการเรียนรู้ เมื่อรับรู้และเห็นคุณค่าของคุณธรรมจึงจะเกิดความรักในคุณธรรมความซื่อสัตย์ค่อยๆ นำมาปฏิบัติในชีวิต จนเกิดผลดีในด้านจิตใจและชีวิต ผลดีที่เกิดขึ้นทำให้อยากปฏิบัติมากขึ้นและเมื่อปฏิบัติมากขึ้นก็จะเป็นการสร้างอุปนิสัย จนเรียกได้ว่าบุคคลผู้นั้นเป็นคนซื่อสัตย์ ซึ่งหมายความรวมว่า เป็นผู้มีความซื่อสัตย์และแสดงออกด้วยการกระทำ จนเป็นนิสัย(ชม ภูมิภาค , อ้างถึงสมาคมการศึกษาแห่งประเทศไทย 2525 : 112)

ดังที่บุญมี แทนแก้ว กล่าวว่า คุณธรรมที่แสดงออกด้วยกาย วาจา ใจ ลักษณะที่ตรงไปตรงมา ถูกต้องตามระเบียบกฎเกณฑ์และค่านิยมของสังคม จริยธรรมจะมีได้ต้องอาศัยการปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมต่างๆ (Virtue) ลงในใจก่อน

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory)

Freud (1998) กล่าวว่าจริยธรรมกับมโนธรรมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมนุษย์อยู่ในสังคมกลุ่มใดก็จะเรียนรู้ความผิดชอบชั่วดีจากสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้นจนมีลักษณะพิเศษของแต่ละสังคมที่เรียกว่าเอกลักษณ์ เป็นกฎเกณฑ์ให้ประพฤติปฏิบัติตามข้อกำหนดโดยอัตโนมัติ คนที่ทำชั่วแล้วรู้สึกสำนึกเกิดหิริโอตตปละอายใจตนเอง ถือว่าได้รับการลงโทษด้วยตนเอง เมื่อสำนึกแล้วพึงละเว้น ไม่ปฏิบัติอีกโดยไม่ต้องมีสิ่งควบคุมจากภายนอกเป็นการสร้างมโนธรรมขึ้นมาเอง โดยไม่ต้องมีการสนใจองค์ประกอบของลำดับขั้นพัฒนาการทางจริยธรรมในลักษณะทฤษฎีเช่นนี้ บทบาทของการศึกษา คือ การพัฒนาทางด้านจิตใจ เพื่อเสริมสร้างกำลังคนที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพตามที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมต้องการ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การศึกษาเพื่ออบรมฝึกฝนเพื่อการนำสติปัญญาไปใช้เป็นประโยชน์แก่กล้ายิ่งขึ้น พยายามแสวงหาจุดมุ่งหมาย ให้แก่ ชีวิต คือ ความเป็นอยู่อย่างดีที่สุด หรือการมีอิสรภาพ การศึกษาจึงเป็น “กิจกรรมของชีวิต โดยชีวิตเพื่อชีวิต เป็นความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและรู้จักเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กัน”

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

Bandura (1977:27) กล่าวถึงเรื่องความเชื่อศรัทธาธิบายการเกิดของจริยธรรมว่าเป็นกระบวนการสังคมประกิด (Socialization) โดยการซึมซาบกฎเกณฑ์ต่างๆ จากสังคมที่เติบโต มา รับเอาหลักการเรียนรู้เชื่อมโยงกับหลักการเสริมแรง และการทดแทนสิ่งเร้า (Stimulus substitution) รับแนวคิดของทฤษฎีจิตวิเคราะห์เป็นรูปแบบโดยยึดถือว่าการเรียนรู้ คือการสังเกตเลียนแบบจากผู้ใกล้ชิดเพื่อแรงจูงใจ คือ เป็นที่รักและยอมรับในกลุ่มพวกเดียวกับกลุ่มต้นแบบเพื่อเป็นพวกเดียวกัน

ทฤษฎีของโคลเบอร์ก (Kohlberg's Theory)

ใน ค.ศ. 1932 เพียเจต์ เริ่มกำหนดว่า คุณธรรมความเชื่อศรัทธาและคุณธรรมอื่นๆ ประกอบขึ้นด้วยระบบของกฎและการคงอยู่ของคุณธรรมเชื่อศรัทธาและคุณธรรมอื่นๆ ซึ่งจะค้นหาได้จากการเชื่อถือ ซึ่งแต่ละรายบุคคลพยายามรับกฎเหล่านั้น การสำรวจธรรมชาติหรือคุณลักษณะของการตัดสินใจคุณธรรมความเชื่อศรัทธาและคุณธรรมอื่นๆ

ในส่วนโคลเบอร์ก วิเคราะห์หลักความเชื่อศรัทธาว่าเป็นลำดับหรือระบบของแนวทางสำหรับเผชิญการเลือกที่จะปฏิบัติในสิ่งที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายวิธี พัฒนาการทางความเชื่อศรัทธามี 6 ลำดับขั้น ที่อาจนำไปใช้ในรูปแบบต่างๆ ที่จะเลือกในสถานการณ์ของการพิจารณาสิ่งที่เป็นคุณธรรมความเชื่อศรัทธา ลำดับขั้นของการพัฒนาการทางความเชื่อศรัทธา มีดังต่อไปนี้

1. การลงโทษและการเชื่อฟัง พิจารณาในด้านประเด็นของการถือเอาอรรถของตัวเองเป็นใหญ่
2. เป้าหมายตามลักษณะของเฉพาะบุคคล และการแลกเปลี่ยนกันอย่างเสมอภาคที่ตกลงกันเพื่อจะยอมรับความคิดเห็นของกันและกันในสังคม ในลำดับขั้นนี้แสดงให้เห็นความสำคัญของบุคคลอื่น โดยมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งในส่วนรายบุคคลอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง
3. ความสัมพันธ์และการทำตามการแลกเปลี่ยนกันในความคาดหวัง การติดต่อประสานงานและความศรัทธายึดมั่น ไว้วางใจต่อผู้อื่น โดยการปฏิบัติที่ติงามต่อกันตามบทบาทและหน้าที่ของตน ในขั้นนี้เป็นการให้ความสำคัญอย่างกว้างขวางลึกซึ้งต่อเอกลักษณ์ส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่น โดยแสดงให้เห็นว่า มีความรู้สึก มีข้อตกลง และความคาดหวังร่วมกัน
4. ระบบสังคมและการมีสติรับผิดชอบที่จะให้มีการดำเนินตามหน้าที่ที่ตนกระทำในสังคมนั้นเพื่อรักษาระเบียบสังคม และทำหน้าที่ของสังคม ซึ่งต้องรักษาสถาบันให้ดำเนินต่อไปอย่างราบรื่นโดยส่วนรวมบุคคลตีความบทบาทและระเบียบให้เห็นความแตกต่างของสังคมกับข้อตกลงหรือข้อเรียกร้องจากการติดต่อกันเป็นส่วนตัว
5. สิทธิขั้นพื้นฐาน และพันธะสัญญาทางสังคมที่ใช้กับประชาชนโดยส่วนรวม จะต้องยึดถือตามค่านิยมซึ่งมีมากมายแตกต่างกันไป รวมทั้งความคิดเห็นของคนเฉพาะกลุ่มนำมารวมกัน

เป็นพันธะสัญญาของสังคมร่วมกัน จึงต้องกำหนดกฎหมายขึ้นใช้และมีหน้าที่ที่จะให้กฎหมายนั้นใช้ได้ผลเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

6. หลักความซื่อสัตย์สากลถือเป็นการแนะแนวทางให้มนุษย์ชาติกระทำตามกำหนดของสังคมพื้นฐานของแต่ละแห่งโดยภาพกว้างและลึกจะถือความเคารพนับถือในบุคคลอื่นเป็นจุดหมาย ไม่ใช่เป็นวิธีการความยุติธรรม คือ ความซื่อสัตย์ไม่ขึ้นกับวัฒนธรรมเฉพาะแห่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่งเท่านั้น ความซื่อสัตย์นั้นจะเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติด้วย (ดร. เสาวนิจ รัตนวิจิตร นิพนธ์นัคชัย, อ้างถึงคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม : 25-45)

ความซื่อสัตย์ในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs คือ การกระทำของบุคคลที่มีการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า มีความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินธุรกิจและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พยายามทำอะไรก็ทำสิ่งนั้นจนสำเร็จ ไม่รวนแรวน เมื่อรับปากกับลูกค้าว่าจะทำอะไรก็ทำให้เสร็จตามเวลา คือต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า หุ้นส่วนหรือผู้ร่วมทุน รวมถึงเจ้าหน้าที่

ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะผู้ประกอบการโดยเฉพาะในธุรกิจขนาดย่อม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะสามารถเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจจะเริ่มธุรกิจหรือผู้ประกอบการรายใหม่มีโอกาสตรวจสอบคุณลักษณะของตนเอง เปรียบเทียบกับผู้ประกอบการเดิมที่สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมให้มีความรู้และพัฒนาให้เกิดลักษณะเช่นเดียวกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

#### 4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อำไพพร เลขาจิระกุล (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพื่อการจัดการอุตสาหกรรมในจังหวัดภาคใต้ พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับหน่วยงานราชการในการให้บริการข้อมูลข่าวสารมากเป็นลำดับแรก วิธีให้บริการข้อมูลข่าวสารนี้สามารถนำไปใช้ในการจัดการอุตสาหกรรมได้ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการคาดหวังจะได้รับความถูกต้องแม่นยำ เนื้อหาที่ตรงกับความต้องการเพื่อการจัดการอุตสาหกรรม ความทันสมัยของข้อมูลและผู้ประกอบการต้องการเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดมากที่สุด

ชลยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจำหน่ายและการบริการ พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจำหน่ายและการบริการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกันและให้

ความสำคัญต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านสอดคล้องกันโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเป็นผู้นำ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ความคิดสร้างสรรค์ และความเชื่อมั่นตนเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่เริ่มทำงานครั้งแรกในฐานะหุ้นส่วนจะมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่ทำงานครั้งแรกในฐานะพนักงาน ส่วนผู้ประกอบการที่สนใจอ่านหนังสือและวารสารเกี่ยวกับธุรกิจและการลงทุนก่อนดำเนินธุรกิจมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์และความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจอ่าน

จิตนา สุนทรธรรม (2531) ได้ศึกษาธุรกิจขนาดย่อมโดยสุ่มตัวอย่างจากเจ้าของและผู้ประกอบการจากภาคต่างๆ ของประเทศไทย จำนวน 200 คน และพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ มีความคิดริเริ่มและมีการเปลี่ยนแปลง ไม่ทำธุรกิจตามผู้อื่น ขยัน ทำงานหนัก ทำกิจการที่ตนถนัด มีประสบการณ์ มีการวางแผนล่วงหน้า ใฝ่หาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีความสามารถทางการตลาด

ยุพิน นิลวลัยกุล (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระในเขตภาคตะวันออก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาได้แก่บุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพจนได้รับโล่และเกียรติบัตร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2540 จำนวน 127 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระมีทั้งสิ้น 24 ด้าน (1) มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ (2) นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ (3) มีความรู้ด้านอาชีพและรู้จริงในสิ่งที่ทำ (4) ไม่เห็นแก่ตัว ช่วยสังคมตามโอกาสอันควร (5) แรงสนับสนุนจากครอบครัว (6) ใช้เวลาและทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุด (7) ใช้คำวิพากษ์วิจารณ์ของผู้อื่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด (8) ประหยัดคอดออม (9) ไม่เอาเปรียบผู้อื่นและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (10) รักและมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพอิสระ (11) ทำเลและสถานที่ประกอบการ (12) ช่างสังเกต ปรับปรุงแก้ไขให้งานดีขึ้น (13) ยินดีรับความเปลี่ยนแปลงและกล้าเผชิญกับความจริงในทุกสถานการณ์ (14) มีทุนและการสนับสนุนที่ดี (15) มีความอดสาหะรอคอยความสำเร็จและผลประโยชน์ระยะยาวได้ (16) มีระเบียบวินัยในการควบคุมตนเองและผู้อื่น (17) ใช้ความผิดพลาดเป็นบทเรียน (18) ขยัน ซื่อสัตย์ต่อตนเอง และผู้อื่น (19) มีความสามารถและทำงานหนักได้เกินกว่าบุคคลปกติ (20) ตั้งเป้าหมายไว้สูง (21) ไม่เบื่อง่าย ไม่ท้อกลางคันเมื่อมีอุปสรรค (22) รักอิสรภาพไม่ชอบอยู่ใต้อำนาจใคร และ (23) มีการออมทรัพย์เพื่อการลงทุน (24) กล้าตัดสินใจที่จะเผชิญกับปัญหาทุกด้านอย่างมีเหตุผล

ชุตติกา โอภาสานนท์ (2543) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้จำนวน 19 ข้อได้แก่ ความกล้าเสี่ยง ต้องการความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์ ผูกพันต่อเป้าหมายสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ยืนหยัดต่อสู้งานหนัก ใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นบทเรียน มีความสามารถในการบริหาร เป็นผู้นำที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์ มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้น ใฝ่หาความรู้ กล้าตัดสินใจ มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน และมีความซื่อสัตย์

สุปราณี ศรีฉัตรเกษม และไว จามรมาน (2544) ได้ศึกษาบุคลิก ทักษะคติ ลักษณะทางจิตวิทยา วิธีคิด ตลอดจนทักษะและปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ รวมทั้งสิ้น 1,052 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าสำเร็จรูปมากที่สุด รองลงมาคือกิจการค้าปลีก ค้าส่ง นำเข้า และผลิตชิ้นส่วนตามลำดับ การวิจัยนี้ได้พบว่าผู้ประกอบการเหล่านี้มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ เป็นผู้มีแนวโน้มนิ่งตนเอง ใฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีทัศนคติในการเอาชนะอุปสรรค เชื่อว่าสามารถกำหนดอนาคตตนเองได้ ชอบแข่งขันกับตัวเองมากกว่ากับผู้อื่น ทำงานโดยอาศัยความร่วมมือกับผู้อื่น มักทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้สำเร็จ และเรียนรู้จากความล้มเหลว ผู้ประกอบการเหล่านี้เห็นว่าองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่สุด คือ ความสามารถในการตลาด คือ รับรู้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและสามารถปรับตัวตามตลาดได้ทัน เข้าใจแนวโน้มธุรกิจได้ชัดเจน ความสามารถในการวิเคราะห์คู่แข่ง กำหนดตลาดเป้าหมายและการตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสม จนถึงการให้บริการหลังการขาย องค์ประกอบที่สำคัญเป็นอันดับสอง คือ ความสัมพันธ์กับสมาคมการค้า มีโอกาสได้รับคำปรึกษาแนะนำจากสถาบันการศึกษา มีการเรียนรู้เพิ่มเติม หรือพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบการ

Puckett (1992 : บทสรุป) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการหญิง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหญิงเปรียบเทียบกับผู้หญิงที่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้การทดสอบสถิติด้วยค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านทักษะต่างๆ การวางแผนการพยากรณ์ทางธุรกิจ ประสบการณ์ส่วนบุคคล พรสวรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงที่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการควรเข้ารับการฝึกอบรมด้านทักษะความเป็นผู้นำ การพยากรณ์ทางธุรกิจและการวิจัยตลาด

Hisrich and Brush (1986 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการเริ่มต้น การลงทุนและการจัดการในธุรกิจใหม่ที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการหญิง พบว่าผู้ประกอบการหญิง (ร้อยละ

93.0) เริ่มต้นธุรกิจด้วยธุรกิจบริการ (ร้อยละ 7.0) เริ่มต้นด้วยธุรกิจการผลิต ส่วนภูมิลำเนาของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาชั้นอุดมศึกษาทางสายศิลป์ เช่น ภาษาอังกฤษ สังคมวิทยา จิตวิทยา เป็นต้น มีอายุระหว่าง 35 ถึง 45 ปี ในช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจแบะไคสมรสแล้ว ด้านประสบการณ์ทางอาชีพ พบว่า ผู้ประกอบการหญิงมีประสบการณ์ในการบริหารงานระดับปานกลาง ส่วนปัญหาเริ่มต้นในการเริ่มธุรกิจ ได้แก่ ขาดการอบรมทางธุรกิจ การไม่ได้รับความเชื่อถือและมีปัญหาในการวางแผนการเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ประกอบการหญิงที่ดำเนินธุรกิจประเภทการผลิต การก่อสร้างและการประกันมีคุณลักษณะทางด้านการได้รับความเชื่อถือจากแหล่งเงินทุนต่างๆ มากกว่าผู้ประกอบการหญิงที่ดำเนินธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย

Chandra (1991 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจขนาดย่อม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่สมรสแล้วและได้รับการฝึกอบรมประสบการณ์งานอาชีพตลอดจนการศึกษาในโรงเรียน การได้เรียนรู้จากผลการดำเนินงานหรือประสบการณ์ในอดีต ปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสำคัญที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีคุณลักษณะทางจิตวิทยาที่สำคัญคือความต้องการความสำเร็จสูง ความต้องการอำนาจสูง การตระหนักถึงสภาพความเป็นจริงสูง ความต้องการความช่วยเหลือต่ำ ความผูกพันต่ำ ความกล้าเสี่ยงปานกลาง มีความคิดสร้างสรรค์สูงและการมีภาพพจน์ที่ดีต่อตนเอง

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม ที่แยกประเภทออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน 143 คน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 110 คน และกลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จำนวน 120 คน รวมทั้งสิ้น 373 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐมแยกตามประเภท

อำเภอ	ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตชุมชน	ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น เจ้าของรายเดียว	ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs	รวม
อำเภอเมืองนครปฐม	40	34	29	103
อำเภอนครชัยศรี	17	15	14	46
อำเภอบางเลน	33	11	25	69
อำเภอกำแพงแสน	14	19	15	48
อำเภอดอนตูม	8	8	12	28
อำเภอสสามพราน	17	15	15	47
อำเภอพุทธมณฑล	14	8	10	32
<b>รวม</b>	<b>143</b>	<b>110</b>	<b>120</b>	<b>373</b>



ในจังหวัดนครปฐม แล้วเทียบบัญญัติต่อไตรยางค์จำนวนผู้ประกอบการของแต่ละกลุ่มตามรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ประกอบการ OTOP ที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างของแต่ละประเภท

อำเภอ	ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตชุมชน	ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น เจ้าของรายเดียว	ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs	รวม
อำเภอเมืองนครปฐม	21	18	15	54
อำเภอนครชัยศรี	9	8	7	24
อำเภอบางเลน	17	8	13	38
อำเภอกำแพงแสน	7	10	9	26
อำเภอดอนตูม	4	6	6	16
อำเภอสามพราน	9	8	8	23
อำเภอพุทธมณฑล	7	5	6	18
รวม	74	57	62	193

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ ประเภทของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

- 1.1 ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs
- 1.2 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว
- 1.3 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable ) ได้แก่ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูล คือ เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม

ตอนที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดโดยปรับแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ประกอบด้วยข้อคำถาม ทั้งหมดมี 80 ข้อ วัดจากการประเมินของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้อความเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ประกอบด้วย 13 ด้าน ดังนี้

2.1. ความกล้าเสี่ยง ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามที่ 1 – 5

2.2. ความยืดหยุ่นคอดทน ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามที่ 6 – 10

2.3. มนุษย์สัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 7 ข้อ ข้อคำถามที่ 11 – 17

2.4. ใฝ่ความสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 4 ข้อ ข้อคำถามที่ 18 – 21

2.5. การจัดการกับความล้มเหลว ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 4 ข้อ ข้อคำถามที่ 22 – 25

2.6. แรงจูงใจและพลัง ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 4 ข้อ ข้อคำถามที่ 26 – 29

2.7. วิสัยทัศน์และเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 4 ข้อ ข้อคำถามที่ 30 – 33

2.8. การแสวงหาข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามที่ 34 – 38

2.9. การแสวงหาโอกาส ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามที่ 39 – 43

2.10. ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย  
จำนวน 4 ข้อ ข้อคำถามที่ 44 – 47

2.11. ความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และผลงานวิจัย  
จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามที่ 48 – 53

2.12. กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และ  
ผลงานวิจัย จำนวน 6 ข้อ ข้อคำถามที่ 54 – 58

2.13. ความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดจาก วรรณกรรม และ  
ผลงานวิจัย จำนวน 6 ข้อ ข้อคำถามที่ 59 – 64

#### มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

##### คำตอบ

##### การให้คะแนน

	ข้อความที่เป็นด้านบวก	ข้อความที่เป็นด้านลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

เกณฑ์การให้คะแนน ข้อความที่แสดง คุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs จะ  
ได้คะแนน 1 ถึง 5 สำหรับคำตอบน้อยที่สุดถึงมากที่สุด ตามลำดับ ผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าจะ  
เป็นผู้ที่มี คุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs กว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อยกว่า

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผลคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs โดยให้คะแนน  
ตามกลุ่มตามแนวคิดของ เบสท์ (Best 1977) โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างของข้อมูล} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}}$$

ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งจำนวนชั้นระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำมาก ต่ำ  
ปานกลาง สูง สูงมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน ต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน

$$\begin{aligned}\text{แทนค่าข้อมูล} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

### การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs “ ต่ำมาก ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.82 – 2.61 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs “ ต่ำ ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.62 – 3.42 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs “ ปานกลาง ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.43 – 4.23 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs “ สูง ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.24 – 5.00 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs “ สูงมาก ”

### การสร้างเครื่องมือและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัย ในด้านคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP เพื่อนำมากำหนดกรอบเนื้อหาสาระของแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามตามขอบเขตของเนื้อหา ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตามรายละเอียดของนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร

3. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยนำเครื่องมือที่ได้สร้างขึ้น เพื่อตรวจสอบ ด้วยค่า IOC (Index of Item objective Congruence) แล้วนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน ค่า IOC > 0.5 แล้วนำผลพิจารณาปรับปรุงแบบสอบถามแก้ไขให้ถูกต้อง

4. นำเครื่องมือที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร อำเภอบ้านแพ้ว โดยให้พัฒนากรจังหวัดสมุทรสาครช่วยในการแจกแบบสอบถาม จำนวน 50 คน

5. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า ( Rating Scale ) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach ' s Alpha - Coefficient) (ธีรศักดิ์ อุ๋นอารมย์เลิศ 2548 : 69 – 70 ดังสูตร )

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

โดยที่  $\alpha$  = ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

K = จำนวนข้อคำถาม

$S_i^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

$S^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs .74

6. หาอำนาจจำแนก (Discrimination power) ด้วย t-test Independence  $t > 1.75$  ขึ้นไป หรือ มีนัยสำคัญทางสถิติ และหาหาอำนาจจำแนก

7. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูลต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – สิงหาคม 2550 โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อขอความร่วมมือจากพัฒนาการอำเภอทุกอำเภอ ในเรื่องขออนุญาตแจกแบบสอบถามงานวิจัย
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้พร้อมนำหนังสือขออนุญาตในการเข้าเก็บข้อมูล
3. ส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือ ไปยังสำนักงานพัฒนาการอำเภอทุกอำเภอ ในจังหวัดนครปฐม
4. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการเดินทางไปเก็บข้อมูลในแต่ละอำเภอที่ต้องการศึกษาด้วยตนเอง และในการประชุมของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP บ้าง จนได้ตามจำนวนสัดส่วนที่กำหนดไว้
5. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความ

สมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์

6. นำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เก็บมาจำนวน 240 ชุด จากจำนวนที่แจกไป 300 ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บมานั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง คนแล้วนำมาจัดหมวดหมู่และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) โดยสถิติในการวิจัย ดังนี้

### การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. การวิเคราะห์คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การแปรผล 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับ “ ต่ำมาก ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.82 – 2.61 หมายถึง มีระดับ “ ต่ำ ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.62 – 3.42 หมายถึง มีระดับ “ ปานกลาง ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.43 – 4.23 หมายถึง มีระดับ “ สูง ”

คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.24 – 5.00 หมายถึง มีระดับ “ สูงมาก ”

3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ด้าน ใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ( One – way ANOVA ) เมื่อพบความแตกต่างในเชิงสถิติทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ ( Scheffe's method )

**บทที่ 4**  
**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ OTOP โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามใช้อัตราส่วนเปรียบเทียบรวมทั้งสิ้นจำนวน 193 คน นำมาวิเคราะห์ นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม ทั้ง 3 กลุ่ม

4.2 การวิเคราะห์ผลการศึกษาคูณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

**4.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล**

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP					
	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน = 74		กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน = 57		กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จำนวน = 62	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	16	21.6	25	43.9	28	45.2
หญิง	58	78.4	32	56.1	34	54.8
2. อายุ						
21-30 ปี	6	8.1	4	7.0	5	8.1
31-40 ปี	27	36.5	22	38.6	15	24.1
41-50 ปี	21	28.4	20	35.1	30	48.4
51 ปีขึ้นไป	20	27.0	11	19.3	12	19.4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP					
	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน = 74		กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน = 57		กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จำนวน = 62	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษาปีที่ 6 หรือ เทียบเท่า	31	41.9	11	19.3	5	8.1
มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า	28	37.8	6	10.5	1	1.6
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า	11	14.8	15	26.3	7	11.3
ปวส. หรือเทียบเท่า	3	4.1	7	12.3	3	4.8
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	1	1.4	17	29.8	31	50.0
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	0	0.0	1	1.8	15	24.2
4. สถานภาพสมรส						
โสด	7	9.5	6	10.4	7	11.3
สมรส	64	86.4	43	76.0	52	83.9
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3	4.1	8	13.6	3	4.8
5. จำนวนบุตร (คน)						
0	10	13.4	13	22.8	10	16.1
1	7	9.5	8	14.0	6	9.7
2	24	32.4	22	38.6	19	30.6
3	21	28.4	14	24.6	19	30.6
4	10	13.5	0	0	7	11.4
5	1	1.4	0	0	0	0.0
6	1	1.4	0	0	1	1.6
เฉลี่ยมีบุตร = 2 คน						
6. ประเภทขององค์กรที่ ทำงานครั้งแรก						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	6.8	4	7.0	8	12.9
บริษัท/หน่วยงานเอกชน	3	4.0	9	15.8	9	14.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	45	60.8	39	68.4	43	69.4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP					
	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน = 74		กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน = 57		กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จำนวน = 62	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำ	21	28.4	5	8.8	2	3.2
7. ประสบการณ์การทำงาน ก่อนมาประกอบธุรกิจ						
น้อยกว่า 5 ปี	32	43.2	17	29.8	14	22.5
5 – 10 ปี	29	39.2	21	36.8	28	45.2
มากกว่า 10 ปี	13	17.6	19	33.4	20	32.3
8. ประเภทของธุรกิจที่ทำ อยู่ในปัจจุบัน						
8.1 ผ้าและสิ่งทอ	10	13.5	5	8.8	2	4.4
8.2 จักสานและเส้นใยพืช	4	5.4	5	8.0	1	2.8
8.3 อาหารและสมุนไพร						
8.4 ของใช้และของตกแต่ง	31	41.9	19	33.2	22	38.6
8.5 เครื่องหนัง	8	10.8	4	7.0	10	16.2
8.6 เครื่องประดับ	1	1.4	4	7.0	2	3.2
8.7 เครื่องสำอางบำรุงผิว	0	0.0	3	5.3	1	1.6
8.8 ศิลปะประดิษฐ์						
8.9 เครื่องปั้นดินเผา	0	0.0	3	5.3	2	3.2
8.10 ประเภทที่ 8.3+8.8	13	17.6	9	15.8	12	19.4
8.11 ประเภทที่ 8.4+8.8	3	4.1	2	3.5	5	8.1
8.12 ประเภทที่ 8.2+8.8	4	5.4	0	0.0	2	3.2
8.13 ประเภทที่ 8.7+8.8	0	0.0	1	1.8	0	0.0
	0	0.0	1	1.8	0	0.0
	0	0.0	0	0.0	1	1.6

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP					
	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน = 74		กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน = 57		กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จำนวน = 62	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.14 ประเภทที่ 8.3+8.7	0	0.0	0	0.0	1	1.6
8.15 ประเภทที่ 8.2+8.3	0	0.0	0	0.0	1	1.6
8.16ประเภทที่ 8.1+8.3+8.8	0	0.0	1	1.8	0	0.0
<b>9. ขนาดขององค์กร</b>						
น้อยกว่า 10 คน	31	41.9	21	36.8	9	14.5
11-20 คน	31	41.9	26	45.6	11	17.7
21-30 คน	3	4.1	7	12.2	22	35.5
31-40 คน	2	2.6	1	1.8	12	19.4
41-50 คน	6	8.1	1	1.8	3	4.8
51 คนขึ้นไป	1	1.4	1	1.8	5	8.1
<b>10. อำเภอที่ทำเกี่ยวกับ OTOP หรือ SMEs</b>						
พุทธมณฑล	7	9.5	3	5.3	5	8.1
สามพราน	9	12.2	8	14.0	8	12.9
นครชัยศรี	9	12.2	8	14.0	7	11.3
เมือง	21	28.4	18	31.6	15	24.2
ดอนตูม	4	5.4	4	7.0	6	9.7
กำแพงแสน	7	9.5	10	17.5	8	12.9
บางเลน	17	23.0	6	10.5	13	21.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

**เพศ** พบว่าในผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 และเป็นเพศชาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ส่วนในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 และเป็นเพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

**อายุ** พบว่าพบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 51 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ส่วนอายุ 21 – 30 ปีมีน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ส่วนในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 51 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ส่วนอายุ 21 – 30 ปีมีน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 51 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ส่วนอายุ 21 – 30 ปีมีน้อยที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่าพบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ปวส หรือเทียบเท่าจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ส่วนระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ส่วนในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ปวส. หรือเทียบเท่าจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับ

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ประถมศึกษาหรือเทียบเท่าจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ปวส. หรือเทียบเท่าจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่ามีน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

**สถานภาพสมรส** พบว่าพบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาคือโสด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนการหย่าร้าง / แยกกันอยู่มีน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมาคือหย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ส่วนเป็นโสดมีน้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือโสด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนการหย่าร้าง / แยกกันอยู่มีน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

**จำนวนบุตร** พบว่าพบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีบุตร 2 คน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมามีบุตร 3 คน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 มีบุตร 4 คน และไม่มีบุตร จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.5 มีบุตร 1 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนมีบุตร 5 คน และ 6 คน มีน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีบุตร 2 คน จำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.6 รองลงมามีจำนวนบุตร 3 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ไม่มีบุตร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ส่วนมีบุตร 1 คน มีน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร 2 และ 3 คน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาไม่มีบุตร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 มีจำนวนบุตร 4 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 มีบุตร 1 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ส่วนมีบุตร 6 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ เฉลี่ยผู้ประกอบการ OTOP มีจำนวนบุตร 2 คน

**ประเภทขององค์กรที่ทำงานครั้งแรก** พบว่าพบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่เคยทำการค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวเป็นครั้งแรก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และไม่เคยทำงานมาก่อนจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 เคยรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 บริษัท / หน่วยงานเอกชนมีผู้เคยทำงานน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่เคยทำการค้าขายธุรกิจส่วนตัวเป็น

ครั้งแรก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 เคยทำงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ไม่เคยทำงานมาก่อนจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ส่วนเคยรับราชการ/รัฐวิสาหกิจน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่เคยทำการค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวเป็นครั้งแรก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 เคยทำงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 เคยรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และไม่เคยทำงานมาก่อนน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

**ประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัว** พบว่าพบว่าในผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 5-10 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และมากกว่า 10 ปีน้อยที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อน 5-10 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 มากกว่า 10 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยกว่า 5 ปีมีน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อน 5-10 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 มากกว่า 10ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และน้อยกว่า 5 ปีมีน้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ตามลำดับ

**ประเภทของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน** พบว่าพบว่าในผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ทำธุรกิจประเภทอาหารและสมุนไพร จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาทำธุรกิจประเภทศิลปประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ประเภทผ้าและสิ่งทอ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ประเภทของใช้และของตกแต่งบ้านจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ประเภทจักสานและเส้นใยพืช จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และทำทั้งสองประเภท คือ อาหารและสมุนไพรร่วมกับศิลปะประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่ทำธุรกิจประเภทอาหารและสมุนไพร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาทำธุรกิจประเภทศิลปประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ประเภทผ้าและสิ่งทอ และประเภทจักสานและเส้นใยพืช จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ทำทั้งสองประเภท คือ ของใช้และตกแต่งบ้านร่วมกับศิลปะประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทำ 3 ประเภทพร้อมกัน คือ ผ้าและสิ่งทอ อาหารและสมุนไพร และศิลปะประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่ทำธุรกิจประเภทอาหารและสมุนไพร จำนวน 22

คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาทำธุรกิจประเภทศิลปประดิษฐ์และหัตถกรรม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และทำทั้งสองประเภท คือ เครื่องสำอางบำรุงผิวร่วมกับศิลปะประดิษฐ์และหัตถกรรม อาหารและสมุนไพรร่วมกับเครื่องสำอางบำรุงผิว จักสานและเส้นใยพืชร่วมกับอาหารและสมุนไพร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

**ขนาดขององค์กร** พบว่าในผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีขนาดขององค์กรน้อยกว่า 10 คน และ 11-20 คน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมา มีขนาดขององค์กร 41-50 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และมีขนาดขององค์กร 51 คนขึ้นไป น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีขนาดขององค์กรมากที่สุด 11-20 คน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา มีขนาดขององค์กรน้อยกว่า 10 คน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีขนาดขององค์กร 21-30 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีขนาดขององค์กรมากที่สุด 21-30 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา มีขนาดขององค์กร 31-40 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 มีขนาดขององค์กร 11-20 คน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีขนาดขององค์กรน้อยกว่า 10 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีขนาดขององค์กร 41 -50 คน น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

**อำเภอที่เกี่ยวกับ OTOP และ SMEs** พบว่าในผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมา ตั้งอยู่ที่อำเภอบางเลน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อำเภอสามพราน และอำเภอนครชัยศรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 อำเภอพุทธมณฑลและอำเภอกำแพงแสนจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตั้งอยู่ที่อำเภอคอนทูนน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ในผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมา ตั้งอยู่ที่อำเภอกำแพงแสน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อำเภอสามพราน และอำเภอนครชัยศรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อำเภอบางเลนจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตั้งอยู่ที่อำเภอพุทธมณฑลน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมา ตั้งอยู่ที่อำเภอบางเลน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อำเภอสามพราน และอำเภอกำแพงแสน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 อำเภอนครชัยศรีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตั้งอยู่ที่อำเภอพุทธมณฑลน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SME

ตารางที่ 5 คะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน (ร้อยละ)
1.00 – 1.80 (ต่ำมาก)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
1.81 – 2.61 (ต่ำ)	14 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
2.62 – 3.42 (ปานกลาง)	23 (31.1)	5(8.8)	0 (0.0)
3.43 – 4.23 (สูง)	31(41.9)	30 (52.6)	15 (24.2)
4.24 – 5.00 (สูงมาก)	6(8.1)	22(38.6)	47(75.8)
รวม	74(100.0)	57(100.0)	62(100.0)

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมามีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมากมีน้อยที่สุดจำนวน 6 คิดเป็นร้อยละ 8.1 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมามีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมาก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 สำหรับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมามีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น  
ผู้ประกอบการ SMEs ด้านความกล้าเสี่ยง ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด  
นครปฐม

คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.08	.697	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	3.91	.662	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.23	.612	สูง

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.91 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs  
ด้านความกล้าเสี่ยง ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	48.050	2	24.025	55.054**
ภายในกลุ่ม	82.914	190	.436	
รวม	130.964	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความกล้าเสี่ยงของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความกล้าเสี่ยงของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง	ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.08$ )	ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.23$ )
ผู้ประกอบการผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.08$ )	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ )	.83*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.23$ )	1.44*	.31*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ ) มีคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.08$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.23$ ) มีคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.08$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ )

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความยืดหยุ่นของของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะความยืดหยุ่น	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.46	.814	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.30	.626	สูงมาก
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.52	.593	สูงมาก

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยื่นหย้คคตทนอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.52 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยื่นหย้คคตทนอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.30 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยื่นหย้คคตทนอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความยื่นหย้คคตทนของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความยื่นหย้คคตทน	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	42.788	2	21.394	44.284**
ภายในกลุ่ม	91.792	190	.483	
รวม	134.580	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความยื่นหย้คคตทนของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้าน  
ความยื่นหยัดคอตทนของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ความยื่นหยัดคอตทน	ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.46)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.30)	ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.52)
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.46)	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}$ =4.30)	.84*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็น SME ( $\bar{X}$ =4.52)	1.06*	.22	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านความยื่นหยัดคอตทนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$  =4.30) มีคุณลักษณะด้านความยื่นหยัดคอตทนมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$  =3.46) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$  =4.52) มีคุณลักษณะด้านความยื่นหยัดคอตทนมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$  =3.46) ส่วนคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น  
ผู้ประกอบการ SMEs ด้านมนุษยสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด  
นครปฐม

คุณลักษณะมนุษยสัมพันธ์	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.45	.761	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.04	.597	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.32	.672	สูงมาก

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความมุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.32 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความมุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.04 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความมุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความมุษยสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้าน ความมุษยสัมพันธ์	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	27.368	2	13.684	28.696**
ภายในกลุ่ม	89.762	190	.472	
รวม	117.130	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความมุษยสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้าน  
 มนุษยสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน มนุษยสัมพันธ์	ผู้ประกอบการ ที่เป็นผู้ผลิต ชุมชน ( $\bar{X}$ =3.45)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.04)	ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.32)
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.45)	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}$ =4.04)	.59*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็นSMEs ( $\bar{X}$ =4.32)	.88*	.29*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์  
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$  =  
 4.04)มีคุณลักษณะมนุษยสัมพันธ์มากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$  =3.45) และ  
 ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$  =4.32)มีคุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์มากกว่าผู้ประกอบการที่  
 เป็นผู้ผลิตชุมชน( $\bar{X}$  =3.45) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว( $\bar{X}$  =4.04)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น  
 ผู้ประกอบการ SMEs ด้านใฝ่ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด  
 นครปฐม

คุณลักษณะด้านใฝ่ความสำเร็จ	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.47	.744	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.12	.657	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.40	.586	สูงมาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านใฝ่ความสำเร็จอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านใฝ่ความสำเร็จอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.12 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านใฝ่ความสำเร็จอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านใฝ่ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	31.240	2	15.620	34.709*
ภายในกลุ่ม	85.506	190	.450	
รวม	116.74	192		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านใฝ่ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านใฝ่ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.47$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.12$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ )
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.47$ )	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=4.12$ )	.65*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ )	.93*	.28*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านใฝ่ความสำเร็จแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.12$ ) มีคุณลักษณะด้านใฝ่ความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.47$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ ) มีคุณลักษณะด้านใฝ่ความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.47$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.12$ )

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการจัดการกับความล้มเหลวของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านการจัดการความ ล้มเหลว	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.53	.910	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.37	.616	สูงมาก
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.37	.607	สูงมาก

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการจัดการกับความล้มเหลวอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย

4.37 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการจัดการกับความล้มเหลวอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.37 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการจัดการกับความล้มเหลวอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการจัดการกับความล้มเหลวของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านการจัดการกับความล้มเหลว	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	32.403	2	16.202	29.549**
ภายในกลุ่ม	104.177	190	.548	
รวม	136.580	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการจัดการกับความล้มเหลวของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการจัดการกับความล้มเหลวของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ไม่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.53$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.37$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.37$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.53$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=4.37$ )	.84*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.37$ )	.84*	.00	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านการจัดการกับความล้มเหลวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.37$ ) มีคุณลักษณะด้านการจัดการกับความล้มเหลวมากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.53$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.37$ ) มีคุณลักษณะด้านการจัดการกับความล้มเหลวมากกว่าผู้ประกอบการเป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.53$ ) ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านแรงจูงใจและพลัง ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านแรงจูงใจและพลัง	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.50	.815	สูง
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.26	.552	สูงมาก
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs	62	4.58	.497	สูงมาก

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านแรงจูงใจและพลังอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.58 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านแรงจูงใจและพลังอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านแรงจูงใจและพลังอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านแรงจูงใจและพลังของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านแรงจูงใจและพลัง	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	42.335	2	21.168	49.868**
ภายในกลุ่ม	80.649	190	.424	
รวม	122.984	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านแรงจูงใจและพลังของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการ SMEs  
ด้านแรงจูงใจและพลังของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐมเป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการ ที่เป็นผู้ผลิต ชุมชน ( $\bar{X}$ =3.50)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.26)	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.58)
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.50)	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.26)	.76*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.58)	1.08*	.32*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านแรงจูงใจและพลังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.26) มีคุณลักษณะด้านแรงจูงใจและพลังมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.50) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.58) มีคุณลักษณะด้านแรงจูงใจและพลังมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.50) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.26)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น  
ผู้ประกอบการ SMEs ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP  
จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะวิสัยทัศน์และเป้าหมาย	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.35	.835	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.19	.611	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.53	.564	สูงมาก

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.53 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	50.740	2	25.370	12.662**
ภายในกลุ่ม	91.178	190	.480	
รวม	141.917	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการ ที่เป็นผู้ผลิต ชุมชน ( $\bar{X}$ =3.35)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.19)	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.53)
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.35)	-		
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.19)	.84*	-	
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.53)	1.18*	.34*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.19) มีคุณลักษณะด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.35) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.53) มีคุณลักษณะด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.35) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.19)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐม

คุณลักษณะวิสัยทัศน์และเป้าหมาย	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.42	.811	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.35	.668	สูงมาก
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.63	.487	สูงมาก

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาข้อมูลอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.63 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาข้อมูลอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.35 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านการแสวงหาข้อมูล	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	55.210	2	27.605	59.967**
ภายในกลุ่ม	87.464	190	.460	
รวม	142.674	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐมเป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ไม่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.42)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.35)	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.63)
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.42)	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.35)	.93*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.63)	1.21*	.88*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$  = 4.35) มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาข้อมูลมากกว่าผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$  = 3.42) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}$  = 4.63) มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาข้อมูลมากกว่าผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$  = 3.42) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$  = 4.35)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น  
ผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาโอกาสของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP  
จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะการแสวงหาโอกาส	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.46	.939	สูง
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.09	.689	สูง
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs	62	4.45	.563	สูงมาก

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาโอกาสอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาโอกาสอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.09 และผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิต

ชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการแสวงหาโอกาสอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาโอกาส ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้าน การแสวงหาโอกาส	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	34.451	2	17.226	29.674**
ภายในกลุ่ม	110.295	190	.580	
รวม	144.746	192		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาโอกาสของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านการแสวงหาโอกาสของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.46)	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}$ =4.09)	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.45)
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}$ =3.46)	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}$ =4.09)	.63*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}$ =4.45)	.99*	.36*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาโอกาสแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.09$ ) มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาโอกาสมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.46$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.45$ ) มีคุณลักษณะด้านการแสวงหาโอกาสมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.46$ ) และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.09$ )

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.50	.781	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.16	.621	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.50	.594	สูงมาก

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.16 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความคิดสร้างสรรค์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้าน ความคิดสร้างสรรค์	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	35.374	2	17.687	38.372**
ภายในกลุ่ม	84.579	190	.461	
รวม	122.953	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.50$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.16$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.50$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.50$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=4.16$ )	.66*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.50$ )	1.00*	.34*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.16$ ) มีคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์มากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.50$ )

และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.50$ )มีคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์มากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน( $\bar{X}=3.50$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว( $\bar{X}=4.16$ )

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	n	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.23	.693	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	3.91	.635	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.44	.532	สูงมาก

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความเชื่อมั่นในตนเองอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.44 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความเชื่อมั่นในตนเองอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.91 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความเชื่อมั่นในตนเองอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	49.755	2	24.871	63.109**
ภายในกลุ่ม	74.898	190	.394	
รวม	124.653	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐมเป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.23$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.23$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=3.91$ )	.68*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ )	1.21*	.52*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านความเชื่อมั่นในตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ ) มีคุณลักษณะด้านความเชื่อมั่นในตนเองมากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.23$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ ) มีคุณลักษณะความเชื่อมั่นในตนเองมากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.23$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=3.91$ )

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านก้ำารเริ่มและรับผิดชอบของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านกล้าริเริ่มและกล้า รับผิดชอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.00	.759	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	3.84	.727	สูง
ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs	62	4.40	.527	สูงมาก

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.84 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้าน กล้าริเริ่มและ รับผิดชอบ	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	68.072	2	34.026	73.073**
ภายในกลุ่ม	88.498	190	.466	
รวม	156.570	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐม เป็น รายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.00$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดี่ยว ( $\bar{X}=3.84$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.00$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดี่ยว ( $\bar{X}=3.84$ )	.84*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ )	1.40*	.56*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านกล้าริเริ่มและ รับผิดชอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของราย เดี่ยว ( $\bar{X}=3.84$ ) มีคุณลักษณะด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบมากกว่าผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิต ชุมชน ( $\bar{X}=3.00$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.40$ ) มีคุณลักษณะด้านกล้าริเริ่มและ รับผิดชอบมากกว่าผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.00$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของ รายเดี่ยว ( $\bar{X}=3.84$ )

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ SMEs ด้านความซื่อสัตย์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด นครปฐม

คุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	74	3.55	.995	สูง
กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว	57	4.18	.826	สูง
กลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs	62	4.42	.691	สูงมาก

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.42 ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความซื่อสัตย์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	27.237	2	13.664	18.593*
ภายในกลุ่ม	139.626	190	.735	
รวม	166.953	192		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความซื่อสัตย์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 44

ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความซื่อสัตย์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.55$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.18$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.42$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.55$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็น เจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=4.18$ )	.62*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.42$ )	.87*	.24*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.18$ ) มีคุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์มากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.55$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.42$ ) มีคุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์มากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.55$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.18$ )

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs รวม ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะรวม	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน	74	3.39	.737	ปานกลาง
ผู้ประกอบการที่ เป็น เจ้าของราย เดียว	57	4.11	.557	สูง
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs	62	4.44	.532	สูงมาก
รวม	193	3.94	.768	

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ อยู่ในระดับสูงมาก คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 4.44 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ ในอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ อยู่ในระดับ มีคะแนนเฉลี่ย 3.39 และรวมคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ ในอยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 3.94

ตารางที่ 46 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	Sum of Square	df	Mean Square	F
ระหว่างกลุ่ม	39.008	2	19.504	49.913**
ภายในกลุ่ม	74.245	190	.391	
รวม	113.254	192		

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างในคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้านความกล้าเสี่ยงของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตารางที่ 47

ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม เป็นรายคู่

คุณลักษณะด้าน ใฝ่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.39$ )	ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.11$ )	ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ )
ผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.39$ )	-		
ผู้ประกอบการที่ เป็นเจ้าของราย เดียว ( $\bar{X}=4.11$ )	.71*	-	
ผู้ประกอบการที่ เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ )	1.04*	.33*	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.11$ ) มีคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงมากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.39$ ) และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ( $\bar{X}=4.44$ ) มีคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงมากกว่าผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชน ( $\bar{X}=3.39$ ) และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( $\bar{X}=4.11$ )

สรุปได้ว่า จากการศึกษาคูณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs 13 คุณลักษณะ พบว่า ผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชนประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอายุระหว่าง 31-40 และมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า และส่วนใหญ่มีเงินทุนน้อยและเป็นการรวมกลุ่มเด็กหรือเป็นลูกจ้างมากกว่าจะเป็นเจ้าของกิจการซึ่งในภาพรวมทำให้มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอายุระหว่าง 31-40 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และส่วนใหญ่เคยทำงานค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมาก่อนตามภูมิปัญญาของตนเองซึ่งเป็นแหล่งหาวัตถุดิบได้ง่าย ซึ่งในภาพรวมทำให้มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูง

ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอายุระหว่าง 31-40 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งมีโอกาสในด้าน

การเงินก็จะเป็นแหล่งเงินทุนและโอกาสในการทำธุรกิจได้หลายๆ อย่าง ส่วนใหญ่เคยประกอบธุรกิจส่วนตัวมาก่อน ซึ่งในภาพรวมทำให้มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมากอยู่แล้ว

#### **ด้านความกล้าเสี่ยง**

ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.08 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.91 และผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.23

#### **ด้านความยืดหยุ่นคอคตน**

ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยืดหยุ่นคอคตนอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยืดหยุ่นคอคตนอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.30 และผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความยืดหยุ่นคอคตนอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.52

#### **ด้านมนุษยสัมพันธ์**

ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.45 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.04 และผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก คะแนนเฉลี่ย 4.32

#### **ด้านใฝ่ความสำเร็จ**

ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านใฝ่ความสำเร็จอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.47 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านใฝ่ความสำเร็จอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.12 และผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็น





ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบอยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.40

#### **ด้านความซื่อสัตย์**

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.42

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของผู้ประกอบการที่เป็น OTOP ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐมที่แยกเป็น SMEs พร้อมทั้งจะเป็น SMEs และยังไม่ได้เป็น SMEs ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนจำนวน 74 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวจำนวน 57 กลุ่ม และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 62 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 193 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการสอบถามตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคงกล่าว สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และเปรียบเทียบตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ด้วยสถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA)

#### สรุปผลการวิจัย

##### 5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน พบว่า ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 78.4 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.5 ระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าร้อยละ 41.9 สถานภาพสมรส คู่ ร้อยละ 86.5 มีจำนวนบุตร 2 คน ร้อยละ 32.4 เคยทำงานค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมาก่อนร้อยละ 60.8 ประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.2 ประเภทของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและสมุนไพรร้อยละ 41.9 มีขนาดขององค์กรน้อยกว่า 10 คน หรือ 11-20 คน ร้อยละ 41.9 เท่ากัน มีที่ตั้งขององค์กรที่อำเภอเมืองมากที่สุดร้อยละ 28.4

ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว พบว่า ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 56.1 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 38.6 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 29.8 สถานภาพสมรส คู่ ร้อยละ 75.4 มี

ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 29.8 สถานภาพสมรส คู่ ร้อยละ 75.4 มีจำนวนบุตร จำนวนบุตร 2 คน ร้อยละ 38.6 เคยทำงานค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมาก่อนร้อยละ 68.4 ประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัว 5-10 ปี ร้อยละ 36.8 ประเภทของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและสมุนไพรร้อยละ 33.3 มีขนาดขององค์กร 11-20 คน ร้อยละ 45.6 มีที่ตั้งขององค์กรที่อำเภอเมืองมากที่สุดร้อยละ 31.6

ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs พบว่า ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 54.8 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 48.4 ระดับการศึกษาระดับปริญญาหรือเทียบเท่าร้อยละ 50.0 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 24.2 สถานภาพสมรส คู่ ร้อยละ 83.9 มีจำนวนบุตร 2 คน และ 3 คน ร้อยละ 30.6 เท่ากัน เคยทำงานค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมาก่อนร้อยละ 69.4 ประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัว 5-10 ปี ร้อยละ 45.2 มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 32.3 ประเภทของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและสมุนไพร ร้อยละ 35.5 มีขนาดองค์กร 21-30 คน ร้อยละ 35.5 มีที่ตั้งขององค์กรที่อำเภอเมืองมากที่สุด ร้อยละ 24.2

## 5.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของผู้ประกอบการ OTOP

จากการศึกษาคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs 13 คุณลักษณะ พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.39 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ ในอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการ อยู่ในระดับสูงมาก คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 4.44 รวมคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 ประการของผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่ม ของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 3.94

## 5.3 ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs

จากการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs 13 ประการ ของผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่ม ของจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีคุณลักษณะ 10 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านใฝ่ความสำเร็จ ด้านแรงจูงใจและพลัง ด้านวิสัยทัศน์และ

เป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านความซื่อสัตย์มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีคุณลักษณะทั้ง 13 ประการที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs มากกว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชน ทั้ง 13 ประการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความยืดหยุ่นอดทน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านใฝ่ความสำเร็จ ด้านการจัดการกับความล้มเหลว ด้านแรงจูงใจ และพลัง ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านความซื่อสัตย์

### อภิปรายผล

1. การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก ถึงร้อยละ 75.8 ในขณะที่ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก ร้อยละ 38.6 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก ร้อยละ 8.1 ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐมพัฒนาขยายธุรกิจมาจากผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว โดยพิจารณาจากผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 48.4 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าถึงร้อยละ 50.0 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 24.2 ประกอบกับเคยมีประสบการณ์ด้านการค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมาก่อนถึงร้อยละ 69.4 และมีประสบการณ์การทำงานเป็นระยะเวลา 5-10 ปี ถึงร้อยละ 45.2 มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 32.3 โดยมีขนาดขององค์กรใหญ่ขึ้นมีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 21-30 คน ร้อยละ 35.5 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นรายเดียวมีจำนวนสมาชิกในกลุ่มจำนวนไม่เกิน 20 คน

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาระดับความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน , ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม การศึกษาระดับความแตกต่างของ

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นรายเดียวมีจำนวนสมาชิกในกลุ่มจำนวนไม่เกิน 20 คน

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาระดับความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน, ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม การศึกษาระดับความแตกต่างของคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ในด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความยืดหยุ่นคอนทน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการจัดการความล้มเหลว ด้านแรงจูงใจและพลัง ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง และด้านความกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 ในด้านไฟ้ความสำเร็จ ด้านความซื่อสัตย์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

#### อภิปรายเป็นรายด้าน

**ด้านความกล้าเสี่ยง** คือ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากและการกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง สถาบันการเงิน และธนาคารเข้าสู่กิจการในการเริ่มกิจการ ไปใช้ในการเริ่มกิจการ ซึ่งเป็นความเสี่ยงระดับที่เขาประเมินแล้วว่า ไม่เกินความสามารถ แต่จะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน โดยจะชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางที่มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรืออาจจะล้มเหลวได้ มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ โดยเลือกกิจการที่มีความเสี่ยงปานกลางที่มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมักชอบทำงานที่ทำทายต่อความรู้ความสามารถของตน (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543, น. 40-45) เนื่องจากส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ต้องมีสินทรัพย์ลงทุนรวมมากกว่า 5 ล้านบาท ในขณะที่ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวไม่ต้องมีสินทรัพย์ลงทุนสูงเท่า

**ด้านความยืดหยุ่นคอนทน** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีมากกว่าผู้ประกอบการผู้ผลิตชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว จะมีประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ถึงร้อยละ 45.2 และ 36.8 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.2 แสดงให้เห็นว่า

ผู้ประกอบการผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวสามารถยื่นข้อคัดค้านต่อสำนักงานหนักและใช้ประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียนในการทำงานให้เห็นว่ามุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่า

**ด้านมนุษยสัมพันธ์** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์ คือ การสร้างสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพื่อมุ่งให้เกิดความร่วมมือกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน มนุษย์สัมพันธ์จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพื่อมุ่งให้เกิดความร่วมมือกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความเข้าใจอันดีต่อกันและกัน ฅรงค์ บุญมี (2522 : 32) รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ยังเป็นวิชาที่ว่าด้วยทั้งศาสตร์และศิลปะในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคล เพื่อให้เกิดการร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ทองถาวร (2535 : 2)

ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ที่มีความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มีการแสดงออกที่บ่งชี้ถึงความมีอัธยาศัยไมตรี สามารถโน้มน้าวจิตใจและแสวงหาความร่วมมือจากผู้อื่นได้ดีกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน โดยสามารถขยายขนาดขององค์กรเป็นจำนวน 21-30 คนถึงร้อยละ 35.5

**ด้านใฝ่ความสำเร็จ** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ที่คะแนนเฉลี่ย 4.12 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ที่คะแนนเฉลี่ย 4.40 ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีประสบการณ์ในการทำงานและระดับการศึกษาสูงกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทำให้มีความสามารถในการคิดวางแผนที่ชัดเจน และจัดการตามแผนงานที่วางไว้ วางกลยุทธ์ล่วงหน้า กำหนดเป้าหมาย ตั้งมาตรฐานการทำงานในองค์กร ทำงานอย่างทุ่มเทตามแผนที่วางไว้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้มากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนร่วมกันผลิตสินค้า ร่วมกันบริหารจัดการและร่วมรับผลประโยชน์แต่ไม่มีการวางแผนบริหารจัดการที่ชัดเจน

**ด้านการจัดการกับความล้มเหลว** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ประกอบกับส่วน

ใหญ่ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ได้ขยายธุรกิจจากผู้ประกอบการผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีการขยายกิจการโดยการผลิตผลิตภัณฑ์หลายประเภทเพิ่มขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและสมุนไพร ผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปประดิษฐ์และหัตถกรรมร่วมกับประเภทผ้าและสิ่งทอ ซึ่งบางครั้งการขยายธุรกิจก็ประสบความล้มเหลว จึงต้องอาศัยการจัดการอย่างชาญฉลาดภายใต้สภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นบทเรียนที่ควรเรียนรู้ และเตรียมพร้อมที่จะเสี่ยงกับความล้มเหลวได้

**ด้านแรงจูงใจและพลัง** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากกว่า และผู้บริหารจะต้องทำการจูงใจให้คนงานทุ่มเทกำลังความสามารถเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้การจูงใจคนในการทำงานจะมีความหมายในทางที่จะให้ได้ผลงานที่ดีและสูงขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์จะให้องค์กรสามารถมีข้อได้เปรียบต่างๆ จากความมีประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่จะทำได้ (ธงชัย สันติวงษ์ 2523:358) ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทำให้สามารถทำงานด้วยความกระตือรือร้นเต็มไปด้วยพลังที่จะผสมผสานข้อเท็จจริงและประสบการณ์ในชีวิตเพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดใหม่ ๆ มีความเชื่อมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีพลังในการฝ่าฟันปัญหาอุปสรรคเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

**ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงานสูงกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทำให้สามารถมองเห็นหรือมีความสามารถในการวางแผน และคาดการณ์ถึงแนวโน้มธุรกิจที่น่าจะเป็นในอนาคตด้วยความคิดและประสบการณ์ที่มีการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนที่จะทุ่มเทให้ประสบความสำเร็จหรือไปให้ถึงอย่างที่ตั้งใจไว้ การเห็นอนาคต การมีทัศนคติก้าวไกล เกี่ยวพันโดยตรงกับมิติทางภูมิปัญญา หากสามารถเชื่อมต่อหรือสร้างเอกภาพระหว่างอดีตปัจจุบันและอนาคตได้ ก็จะสร้างระบบภูมิปัญญาใหม่และกำเนิดหรือเลือกทางเดินสู่อนาคตได้ (นางสาว วิมลรัตน์ ขนปลัดยศ : 2542) ซึ่งคือการตั้งวิสัยทัศน์และเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจนั่นเอง

**ด้านการแสวงหาข้อมูล** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน และ ผู้ประกอบการ OTOP ที่

เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนเป็นการรวมกลุ่มในชุมชนที่มีความถนัดในการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ไม่ได้มีการศึกษาตลาดทางธุรกิจมากเท่ากับกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs

ซึ่งจะสรุปเป็น 4 ด้าน เรียกว่า 4F คือ

8.1 การมุ่งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focused) การดำเนินการเช่นนี้ต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และการจัดดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

8.2 ความเร็ว (Fast) การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทำให้ทุกธุรกิจหยุดนิ่งไม่ได้ ผู้ที่บริการหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่าจะเป็นผู้กำหวังใจของลูกค้า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ต้องจัดรูปแบบการทำงานที่มุ่งความรวดเร็ว โดยให้คนงานรู้จักการตัดสินใจ มีการทำงานร่วมกันทีม และให้ถือความรวดเร็วในการปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

8.3 ความยืดหยุ่น (Flexible) ความยืดหยุ่นจะทำให้ธุรกิจขนาดย่อมสามารถมองหาโอกาสใหม่ๆ และเข้าหาโอกาสที่เกิดขึ้นได้ง่าย

8.4 ความเป็นมิตร (Friendly) ความเป็นมิตร หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับองค์กรอื่น ซึ่งทำให้ธุรกิจขนาดย่อมสามารถขยายธุรกิจได้โดยไม่มีขีดจำกัด ซึ่งรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจขนาดใหญ่ กลยุทธ์ในด้านรวมถึงการร่วมทุน การจ้างเหมางานนอก การให้สิทธิบัตร การทำข้อตกลงการตลาดระยะยาว และการขายบริการ (อ้างจาก , ณิชชาชินธิป : 2547 -19) ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับต้องสร้างสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับองค์กรอื่น ซึ่งจะทำให้ขยายธุรกิจได้อย่างไม่มีขีดจำกัด มีการร่วมทุน การจ้างเหมางานนอก การทำข้อตกลงการตลาดการตลาดระยะยาว

**ด้านความคิดสร้างสรรค์** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน และ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ถึงร้อยละ 45.2 ในขณะที่ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 36.8 น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.2 ตามลำดับ ทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีดังต่อไปนี้

1. เป็นคนที่สนใจปัญหา ยอมรับความเปลี่ยนแปลง

2. มีความสนใจกว้างขวาง ท้นต่อเหตุการณ์รอบด้าน
3. มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ขลาดกลัวต่อสิ่งที่ยังไม่ทราบ
4. ชอบคิดหาทางแก้ปัญหาไว้หลายๆ ทาง เตรียมทางเลือก มีทางเลือกที่ไล่เสมอ
5. มีสุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรงทั้งกายและใจ
6. ยอมรับ ในสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์
7. ไม่เคร่งครัดในระเบียบแบบแผน
8. ไม่ยึดมั่นถือมั่นในสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากเกินไป
9. ชอบทำงานเพื่อความสุขและความพึงพอใจของตนเอง

ความคิดสร้างสรรค์นี้ มิใช่กรรมพันธุ์ แต่เป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนร่ำเรียนกันได้ ถ้าเด็กได้รับการฝึกให้รู้จักคิด หาเหตุผล หาทางพลิกแพลงทำสิ่งต่างๆ ในลักษณะวิธีการที่แปลกๆ ออกไป และคนรอบข้างต้องไม่ปิดกั้นความคิดนั้นๆ (ดร. ปราชญา กล้าผจญ. : 131-132) และยังคงมีความสามารถในการคิดสิ่งแปลกใหม่ที่ก่อประโยชน์โดยไม่ยึดติดอยู่กับแนวความคิดเดิม สนใจปัญหา ยอมรับความเปลี่ยนแปลง ท้นต่อเหตุการณ์รอบด้าน คิดหาทางแก้ปัญหาไว้หลายๆ ทาง ไม่เคร่งครัดในระเบียบแบบแผน นำประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงาน

ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน และ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 50.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 24.2 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ไม่มีผู้จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีผู้จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีเพียงร้อยละ 1.8 เท่านั้น จึงทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ แสวงหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา

Cromie and O Donaghue (1992) ได้ศึกษาเปรียบเทียบแนวโน้มความเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มผู้จัดการ กลุ่มนักศึกษาและกลุ่มผู้ประกอบการโดยใช้แบบทดสอบดังกล่าว และได้พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการมีคะแนนเฉลี่ยในคุณลักษณะทั้งหมดด้านสูงกว่ากลุ่มผู้จัดการและกลุ่มนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญสำหรับการวิจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้แบบทดสอบทางจิตวิทยาชนิดต่างๆ เช่น Thematic Apperception Test (TAT)

Edwards, Personal Preference Schedule (EPPS) Myers-Briggs Type indicator (MBTI) เป็นต้น ได้พบว่าผู้ประกอบการมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ มีความต้องการความสำเร็จสูง (need for achievement) มีความเป็นตัวของตัวเอง (autonomy) เน้นความเปลี่ยนแปลง เชื่อในอำนาจควบคุมภายในตน ชอบมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น กล้าเสี่ยง ชอบการเรียนรู้การกระทำและทดลอง (learning through action and experimentation) มีพลังและทักษะทางสังคม (energy and social adroitness) ชอบการคิดเชิงหยั่งรู้ (intuition) (Caird, 1993)

ด้านความกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs มีมากกว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs เป็นผู้ประกอบการ OTOP /ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ โดยมีสินทรัพย์ลงทุนรวมกันมากกว่า 5 ล้านบาท ดังนั้นผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs จึงต้องมีความกล้าริเริ่มในปัจจัยต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะเรื่องของการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้เพียงพอ การพัฒนาพนักงานด้วยการฝึกอบรม ให้แรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม เทคนิคการตลาดเพื่อนำเสนอสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ

โดยเฉพาะในเรื่องของเงินทุน กระบวนการผลิต และข้อมูลตลาด โดยมีประเด็นต้องพิจารณาดังนี้

1 เงินทุน สิ่งสำคัญของการทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือเงินทุน การเริ่มต้นธุรกิจด้วยการขาดเงินทุนจะเป็นการทำลายโอกาสแห่งความสำเร็จ และถ้ามีเงินทุนแต่ไม่เพียงพอ ก็จะเกิดปัญหาสภาพคล่องในทางการเงิน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการใช้จ่ายเงินให้เพียงพอไม่ว่าจะมาจากธนาคาร สถาบันการเงิน เงินทุนส่วนตัว หรือญาติพี่น้อง

2 พนักงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการจึงต้องรู้จักหาคนดีมาทำงาน จัดให้มีการพัฒนาพนักงานด้วยการฝึกอบรม และให้แรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม

3 การตลาด เทคนิคการตลาดจะช่วยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร ปริมาณเท่าใด เพื่อจะได้แนะนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง และควรทราบว่า ลูกค้าชอบอะไร เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน (อ้างจาก , ฉัชชา ชินธิป : 2547 -19)

ด้านการแสวงหาโอกาส ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ

OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีประสบการณ์การทำงานก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีความพยายามมองหาช่องทางที่จะเป็นโอกาสสำหรับการริเริ่มกิจกรรมใหม่ ๆ และต้องมีคุณลักษณะนิสัยการแสวงหาโอกาสต้องมี 6 ประการดังนี้

- 12.1 คิดแบบก้าวหน้าสร้างสรรค์
- 12.2 กำหนดเป้าหมายในการทำงาน
- 12.3 มีนิสัยสามารถกระทำในสิ่งที่ผู้ประสบความล้มเหลวไม่ชอบทำ
- 12.4 คิดแบบชนะ – ชนะ
- 12.5 แสวงหาความเข้าใจฝ่ายเขาเพื่อให้เขาเข้าใจตัวเรา
- 12.6 ใช้พลังร่วมของกลุ่ม

เป็นการนำเอาความรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิมโดยอาศัยแนวคิด 6 ประการของสตีเฟน โควีย์ (อ้างจาก , คร.ปราชญา กล้าผจญ 2525)

**ด้านความซื่อสัตย์สุจริต** ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว มีมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวมีระดับการศึกษาสูงกว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชน โดยผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียวเป็นผู้ที่ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 50.0 และ 29.8 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตชุมชนมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าถึงร้อยละ 41.9 ทั้งนี้ คุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมอื่นๆ เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ ผู้สนใจพัฒนาบุคลิกภาพจะต้องสนใจฝึกฝนคุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมอื่นๆ ให้มั่นคงในการประพฤติดี ใครไม่ปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์ต่อพระเจ้าและต่อเพื่อนมนุษย์ ก็เลิกก็จะเป็นเจ้าเรือน ยิ่งปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์เท่าใดก็ยิ่งมีความโน้มเอียงที่จะทำความดีมากขึ้นเท่านั้น ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมที่สำคัญประการหนึ่ง จึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพที่ต้องฝึกฝนจึงจะเกิดขึ้นได้ ไม่เช่นนั้นบุคคลก็อาจจะหลงไปในสิ่งล่อใจต่างๆ ให้ประพฤติผิดได้ กิรติ บุญเจือ (2521) รวมทั้งบทบาทของการศึกษาจะเป็นสิ่งช่วยพัฒนาทางด้านจิตใจ เสริมสร้างกำลังคนที่มีคุณภาพ เพราะการศึกษาจะเป็นสิ่งที่จะช่วยนำสติปัญญาไปใช้ประโยชน์ แสวงหาจุดมุ่งหมายให้แก่ชีวิตเป็นการพัฒนาการทางจริยธรรม ซึ่งจะมีได้ต้องอาศัยการปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์และคุณธรรมต่าง ๆ ลงในจิตใจก่อน

ผู้วิจัยได้สรุปสิ่งที่ได้จากการวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ OTOP ของผู้ประกอบการที่เป็น OTOP ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม

1. ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP คือกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนร่วมกันผลิตสินค้าหรือร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ มีวิธีการทำงานที่ง่าย อย่างเช่น สมาคม สหกรณ์ ที่ยังไม่มีแบบแผน ผลที่ได้ก็เพื่อช่วยเหลือครอบครัวสมาชิกให้มีกินมีใช้อย่างพอเพียงกันในหมู่บ้านหรือชุมชนนั้นๆ จึงทำให้ขาดคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs จากแนวคิดที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” นำไปสู่การมีภารกิจร่วมกันของชุมชนที่เกี่ยวข้องในการที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆของชุมชน โดยอาศัยการพัฒนาที่มีคนเป็นศูนย์กลางเพื่อจะเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับชุมชน โดยผ่านการศึกษาและเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกของชุมชนตลอดจนการได้รับความร่วมมือสนับสนุนช่วยเหลือจากสังคมภายนอกชุมชนทั้งกำลังใจ งบประมาณ และวิชาการ ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ถูกต้องของการพัฒนา(ไพโรจน์ พรหมสาสน์,2542: 9-10) ฉะนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวคิดในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ดังนี้

1. ด้านการรวมกลุ่มจำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ของกลุ่มซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีจุดขาย เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ยังความเข้าใจในการสร้างเอกลักษณ์และยังมีบางส่วนยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่ม
2. ด้านการจัดการกลุ่ม บางกลุ่มไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มได้เนื่องจากสมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการ เช่น ขาดการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน ตลอดจนประสบปัญหาเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีม
3. ด้านการแบ่งงานกันทำระหว่างสมาชิกของกลุ่มยังไม่ชัดเจนจึงก่อให้เกิดปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของการทำงานในระหว่างสมาชิกของกลุ่ม
4. ด้านการติดต่อประสานงานระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มด้วยกันในด้านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นความต้องการแลกเปลี่ยนการรับรู้ความเข้าใจร่วมกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มด้วยกันหรือระหว่างเครือข่ายภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสารด้านการบริหารจัดการ การผลิต ยังไม่มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

5. ด้านความช่วยเหลือจากองค์การภายนอกบางหน่วยงาน เช่นการสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพยังไม่เพียงพอ
  6. ภาวะผู้นำ ผู้นำของกลุ่มบางกลุ่มยังขาดคุณสมบัติของการเป็นผู้นำที่ดี เช่น ขาดความรู้ทางด้านการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ
  7. การขาดความสามัคคีของบรรดาสมาชิกในกลุ่มตลอดจนการขาดจิตสำนึกของการเป็นสมาชิกของกลุ่มที่ดี
  8. การขาดขวัญและกำลังใจของสมาชิกกลุ่มในการทำงานเนื่องจากขาด โอกาสที่จะมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน
- ซึ่งโดยของครั้นนั้นก็คือ การจัดระเบียบองค์ความรู้ในการรวมกลุ่มเพื่อให้สมาชิกได้จัดระเบียบ

สำหรับวิกฤตเศรษฐกิจไทยนั้นมิมีมานานแล้ว และนักวิชาการได้ทบทวนแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมา ให้มองกลับไปหาฐานรากเดิม คือ การเกษตร และชุมชน เมื่อรากฐานเศรษฐกิจพื้นฐานของประเทศคือการเกษตร ชุมชนหลายแห่ง จึงได้มีความพยายามที่จะแสวงหาทางออกท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ในการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรม ธุรกิจชุมชนด้านต่าง ๆ ซึ่งมีพื้นฐานจากชุมชน เพราะฉะนั้นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนน่าจะมีโอกาสที่สำคัญ เพราะมีทุนทางสังคมอยู่ในชุมชนอยู่แล้ว เพียงแค่มีองค์ความรู้ในการผลิตแปรรูป การรวมตัวกันเป็นองค์กรหรือสหกรณ์และการตลาดที่สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ เพื่อเพิ่มพูนรายได้ และสร้างอำนาจการต่อรองทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ของทางภาครัฐที่ต้องส่งเสริม

1. ส่งเสริมการมีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรม ประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป
2. ขยายสินค้าท้องถิ่น ไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์ เป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภายในประเทศและตลาดโลก
3. สามารถผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน ซึ่งให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ โดยมีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้ให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี การคิดค้นอุปกรณ์

หรือเครื่องมือต่าง ๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

4. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนในระยะยาวได้ มีความสามารถในการเสนอความคิดเห็น เพื่อช่วยเหลือกัน แก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น
  5. จัดการอบรม เวทีประชาคม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างองค์กรเครือข่ายการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) ในการพัฒนาตนเอง ให้ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาครอบครัวและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง
  6. การพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อาจมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลักหนึ่งผลิตภัณฑ์อาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านอาจขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และกระบวนการที่ท้องถิ่นสร้างขึ้น
  7. การบริหารจัดการและการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดการแบบผสมผสาน การจัดแสดงสินค้า การจัดงานในเทศกาลต่าง ๆ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมชุมชน/กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้าต่างตอบแทน
  8. การพึ่งตนเอง ความเป็นอิสระของภูมิปัญญาท้องถิ่น และประชาชน โดยใช้สถานฝึกอบรม การสร้างความมั่นคงในท้องถิ่น การจัดการประชุม และนำเสนอแลกเปลี่ยนแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การให้รางวัล เป็นต้น
- ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs นั้นส่วนใหญ่  
นั้นเป็น

เจ้าของคนเดียว หรือทำกันเป็นเครือญาติมีความแตกต่างกลุ่มผู้ผลิตชุมชนในเรื่องความต้องการประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททำงานร่วมกับคนอื่น กล้าแก้ปัญหาที่ยากมากให้ลุ่ลวงไปได้ มองการณ์ไกลกว่าคนทั่วไป เป็นผู้รู้จักเข้าใจปัญหา ในช่วงสร้างธุรกิจไม่ยอมเจ็บป่วยจนกว่างานจะสำเร็จ เป็นผู้มีความมั่นใจ เป็นผู้สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองการเข้าสังคมเป็นเรื่องจำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ SMEs เนื่องจากปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่ มักจะผลิตสินค้าของตนเอง และทำธุรกิจแบบซื้อมาขายไปในระดับหนึ่ง แต่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และกลุ่มผู้ผลิตที่เป็น SMEs ยังต้องการการต่อยอดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกด้วยการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ มีประสิทธิภาพ และยังต้องมีเครือข่ายขององค์ความรู้ (Knowledge – Based) ดังนั้นภาครัฐมีความจำเป็นสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้มีความรู้ความสามารถยิ่งขึ้นในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม

## ฉะนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวคิดในการส่งเสริมของภาครัฐ

### 1. จัดอบรม หรืองานนิทรรศการ

1.1 “การจัดจำหน่ายอย่างมืออาชีพ” Professional Distribution Trends การผลิตและการจัดจำหน่ายทั้งค้าส่งและค้าปลีก จึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ให้มีโอกาสเพิ่มพูนเทคนิคและกลยุทธ์ในการเจรจาธุรกิจ สามารถจำหน่าย และจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ สามารถบริหารจัดการการจัดจำหน่ายได้อย่างเป็นมืออาชีพ โดยมุ่งหวังจะพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการ ในด้านการค้าส่งและค้าปลีกในอุตสาหกรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

2.2 ในด้านสินเชื่อ พร้อมพร้อมอนุมัติวงเงินในงานทันที และบริการประโยชน์พิเศษในรูปแบบต่างๆ เช่น การประเมินราคาเครื่องจักรเพื่อปล่อยกู้ มีหน่วยงานหรือภาคเอกชนการปรับโครงสร้างหนี้การลงทุน แก่ผู้ประกอบการและนักลงทุน โดยผู้เชี่ยวชาญ

2. เปิดคลินิกที่ปรึกษาให้คำแนะนำในเรื่องของผู้ประกอบการ SMEs ในชุมชน มีการอบรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าส่งและค้าปลีก การบริหารการตลาด การบริหารการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การค้าปลีก เทคนิคในการเจรจาการค้า จริยธรรมของผู้ประกอบการ วิธีการเขียนแผนการตลาด และการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม การทำแผนการตลาด ตลอดจนศึกษาดูงาน ในแหล่งการค้า

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP จังหวัดนครปฐม ควรได้รับการพัฒนาคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความยืดหยุ่นอดทน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านใฝ่ความสำเร็จ ด้านการจัดการกับความล้มเหลว ด้านแรงจูงใจและพลัง ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านความซื่อสัตย์สุจริต

2. ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ควรได้รับการพัฒนาคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs 8 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยง ด้านมนุษย

สัมพันธ ด้านใฝ่ความสำเร็จ ด้านแรงจูงใจและพลัง ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง และด้านความกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ

3. การศึกษาคูณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs เพื่อนำผลที่ได้ศึกษาไปสร้างตัววัดคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จสำหรับใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการพิจารณาการช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการเงินการพัฒนาฝึกอบรม หรือให้การปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ตามประเภทกิจการของกลุ่ม OTOP
2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหารูปแบบในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP
3. เปิดหลักสูตรสำหรับการฝึกอบรมศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดย่อมในระบบเศรษฐกิจ วิธีการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ หน้าที่ต่างๆ ทางด้านการบริหาร มนุษยสัมพันธ์และการปฏิบัติงานในธุรกิจขนาดย่อม การควบคุมทางการเงินและธุรกิจ การดำเนินการของธุรกิจขนาดย่อมแบบต่างๆ การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาองค์กรธุรกิจ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ

.....

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

จินตนา สุนทรธรรม .รายการวิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบกิจการ

ในภาคต่างๆ ของประเทศไทย . คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย-เชียงใหม่, 2541

ชัยยุทธ ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ, สกนธ์ วรรณวิวัฒนา .การประกอบกิจการขนาดย่อมในชนบทไทย สถานะความรู้. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมษายน , 2543

ชุตินา โสภาสานนท์ .ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ: คู่มือสำหรับนักลงทุน, กรุงเทพฯ . กรม \_\_\_\_\_ .ส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2544

ฉันทชา ชินธิป . ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อธุรกิจ SMEs และการปรับตัวของธุรกิจ SMEs เพื่อความอยู่รอดกรณีศึกษาเขตอำเภอเมืองจังหวัดอำนาจเจริญ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ , 2547

คนัย เทียนพุด .ความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการ กับผู้บริหารที่เป็นมือปิ่นรับจ้างหรือ \_\_\_\_\_ . มืออาชีพ. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม , 2542

ผุสดี รุมาคม .การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์พีลิกส์เซ็นเตอร์ , 2544

วิทยากร เชียงกุล .รายงานสภาวะการศึกษาไทย ปี 2544 : วิกฤติและโอกาสในการปฏิรูปการศึกษาและสังคมไทย. กรุงเทพฯ.สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ , 2545

ศูนย์พัฒนาธุรกิจชุมชน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี \_\_\_\_\_ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สมุดปกขาว วิสัยทัศน์ SMEs ไทย หลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ : แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สนับสนุนโดย ศูนย์แนะนำธุรกิจเพื่อกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันคีนันแห่งเอเชีย , 2546

นิศรา จันทร์เจริญสุข . ทศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิชา . คณะ \_\_\_\_\_ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย-เชียงใหม่, 2541

\_\_\_\_\_ .บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ . การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545

- บุพิน นิลวลัยกุล . การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระในเขตภาคตะวันออก . วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยบูรพา , 2542
- ปราณี โอภาสานนท์ . คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ENTREPRENEUR' S HANDBOOK . กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม , 2547
- บุญมี แทนแก้ว.จริยศาสตร์. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2543 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2544
- รองศาสตราจารย์ ดร. วิชัย แหวนเพชร . มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหารอุตสาหกรรม . พิมพ์ครั้งที่ 2543 พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานครสำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- ปัญญา จงมีสุข . ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน ปีการศึกษา 2541. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา , 2542
- ปราชญา กล้าผจญ . มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ สำนักบรรณสารการพัฒนา . สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ Library and Information Center NIDA : 131-132 , 2543
- สมชาย สกุดสุวรรณ์ . ยุทธศาสตร์การบูรณาการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐและภาคเอกชน ในช่วงปี ๒๕๔๕ - ๒๕๕0 . ปีที่ 10 ฉบับที่ 6 กรกฎาคม, 2547 หน้าที่ 42-46 , 2547
- สุปราณี ศรีฉัตรภิมุข และ ไวยามรمان . การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย. กรุงเทพฯ . สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2544
- เสาวนิจ รัตน์ , วิจิตร นิจอรัตน์ชัย . การปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์ ชุมชนพุทธ คริสต์ \_\_\_\_\_ .อิสลาม : รายงานการวิจัย คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.), 2545
- อุทุมพร อินทจักร์ . การศึกษาแบบแผนและกระบวนการการเรียนรู้และการปรับตัว . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2546

อรพินท์ ออศิริชัยเวทย์ . การศึกษาลักษณะและความสัมพันธ์ของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์  
 ชาวน์อารมณ์ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม  
 เครื่องเรือน . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
 2546

อภิศา สวารช . มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน กรุงเทพฯ . กองฝึกอบรม การไฟฟ้าฝ่ายผลิต  
 แห่งประเทศไทย , 2540

การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม, 47

\_\_\_\_\_.โครงการหุบชีวิตธุรกิจไทย สร้างศักยภาพ SMEs ไทยในอนาคตไฟฟ้าและ  
 อุตสาหกรรม (ELECTROCOTY & INDUSTRY MAGAZINE). ปีที่ 10 ฉบับที่ 4  
 กรกฎาคม-สิงหาคม 2546 หน้าที่ 42-46

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม .แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม .

\_\_\_\_\_. (ภาคอุตสาหกรรม) (online) Available. <http://www.smethai.net/new> , 2546

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม .สรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการ

\_\_\_\_\_.วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) . วันที่ 8-9 มิถุนายน 2544 ณ ศูนย์การ  
 ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (online) Available. <http://www.smethai.net/new> , 2546

### ภาษาต่างประเทศ

Autio, E., Keeleym, R., Klofsten, M., & Ulfstedt, T, . **Entrepreneurial intent among  
 students: Testing an intnt model in Asia, Scandinavia and in the USA.** Frontiers  
 of Entrepreneurship Research. Wellesley, MA: Babson College. , 1997

Bach , G.L.. Economics. (7<sup>th</sup> ed.). New Jersey : Prentice Hall , 1991

Bandura (1977). **Social Learning Theory (Online) Available** : Social learning theory  
 Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall <http://www.google.com>

Barrier, M. **The changing face of leadership.** Nations's business, 83(1), 41-42. , 1995

Baumbach, C.M., & Lawyer, K. **How to organize and operate a small business (6<sup>th</sup> Ed.)**  
 Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. , 1989

Bird, B, , **Implementing entrepreneurial ideas:** The case for intention. Academy of  
 Management Review, 13, 442-453 , 1998

- Blackburn,R.,&Curran, J.(1993).** The future of the small firm: Attitudes of young people to entrepreneurship, In R. Atkin, E. Chell, and C. Mason (Eds). New directions in small business research. London: Athenaeum Press. , 1999
- Bolton, W.K., & Thompson, J.L. **Entrepreneurs: Talent, temperament, technique,** Butterworth Heinemann. , 2000
- Bowler, A. **Entrepreneurship: An introduction.** Cape town: Nasou. , 1995
- Boyd, D. P., & Gumpert, D. E. **Coping with entrepreneurial stress.** Harvard Business Review, March-April. 44-64 , 1993
- Brockhaus, R. H. & Nord, W. R. (1979). **An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs. Environmental conditions. Proceedings' 79.** Academy of Management.
- Hisrich, , p.9. **The theory of planned behaviour.** Organizational Behaviour and Human Decision Processes, 50, 179-211. , 1998
- Kilby, P Hunting the Heffalum.in P .Kilby (ed) . **Enterperneurship and Economic Development.** New York : The Free Press , 1991

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

### รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีดังนี้

1. **ชื่อผู้เชี่ยวชาญ :** นางสาวสุพักต์ แจ่มไร่  
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์แผนและนโยบาย  
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสงคราม
  
1. **ชื่อผู้เชี่ยวชาญ :** นางจันทร์จิรา บางเสน  
ตำแหน่งหัวหน้างานวิเคราะห์แผนและนโยบาย  
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสงคราม
  
1. **ชื่อผู้เชี่ยวชาญ :** นางสาวกมลรัตน์ จินตสินนาวา  
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์แผนและนโยบาย  
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐม

**ภาคผนวก ข**

**การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม**

**การประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา “คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม ” การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม**

คำชี้แจง ท่านผู้เชี่ยวชาญกรุณาพิจารณาความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs กับข้อความในแบบสอบถามโดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้ คือ

คะแนน +1 เห็นด้วยกับข้อความคำถามมีความสอดคล้องกับหัวข้อการวิจัย

คะแนน 0 ไม่แน่ใจกับข้อความคำถามมีความสอดคล้องกับหัวข้อการวิจัย

คะแนน -1 ไม่เห็นด้วยกับข้อความคำถามมีความสอดคล้องกับหัวข้อการวิจัย

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>ความกล้าเสี่ยง</b>				
1. ท่านกล้าที่จะนำทรัพย์สินของท่านไปใช้ใน การเริ่มกิจการ	3	-	-	1.00
2. ท่านชอบงานที่ทำแล้วจะมีโอกาสประสบ ความสำเร็จ	3	-	-	1.00
3. ท่านกล้าลงมือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยที่ ยังไม่มีคนทำ	3	-	-	1.00
4. ท่านกล้าตัดสินใจทำธุรกิจที่คาดว่ามีโอกาส ประสบผลสำเร็จมากกว่าถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยง อยู่บ้างก็ตาม	3	-	-	1.00
5. ท่านจะเลือกงานที่ให้ผลตอบแทนสูง แม้จะมีโอกาสไม่ประสบความสำเร็จ	3	-	-	1.00

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>2. ความยืดหยุ่น</b>				
1. แม้ว่าท่านประกอบกิจการยังไม่ประสบความสำเร็จ คือ ยังขาดเงินเรื่องรายได้ไม่พอกับรายจ่ายท่านก็อดทนต่อไป	3	-	-	1.00
2. ท่านสามารถฟันฝ่าอุปสรรคไม่ว่าจะต้องใช้ เวลานานแค่ไหน ที่จะประสบความสำเร็จ	3	-	-	1.00
3. ท่านคิดว่าการทำธุรกิจต้องอดทนเพื่อตนเอง และบุคคลในองค์กร	3	-	-	1.00
4. ท่านมักจะทุ่มเทและขยันมากกว่าคนใน ธุรกิจของท่าน	3	-	-	1.00
5. ท่านจะทุ่มเทร่างกายและแรงใจในการ ประกอบธุรกิจของท่าน	3	-	-	1.00
<b>3. มนุษย์สัมพันธ์</b>				
1. ท่านทักทายผู้อื่นก่อนเสมอ	3	-	-	1.00
2. ท่านสามารถจำชื่อและเอาใจใส่ต่อผู้อื่นได้	3	-	-	1.00
3. ท่านอ่อนน้อมต่อคำชมและระมัดระวังต่อการวิจารณ์ผู้อื่น	3	-	-	1.00
4. ท่านสามารถโน้มน้าวจิตใจและแสวงหาความร่วมมือจากผู้อื่นได้	3	-	-	1.00
5. ท่านมีความเข้าใจอันดีและร่วมมือกับบุคคลในธุรกิจของท่านอย่างเป็นกันเอง	3	-	-	1.00
6. ท่านสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลได้ง่าย	3	-	-	1.00
7. ท่านเป็นบุคคลที่อภัยาค้ายดี	3	-	-	1.00

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>4. ด้านใฝ่ความสำเร็จ</b>				
1. ท่านสามารถค้นหาแนวทางที่จะปรับปรุงธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้ตลอดเวลา	3	-	-	1.00
2. ท่านสามารถชี้แนะเป้าหมายให้กับคนในองค์กรในการปฏิบัติงาน	3	-	-	1.00
3. ท่านเป็นคนทีกล้าคิดกล้าตัดสินใจเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติได้	3	-	-	1.00
<b>5. การจัดการความล้มเหลว</b>				
1. ท่านคิดว่าความผิดพลาดคือบทเรียนที่จะต้องเรียนรู้	3	-	-	1.00
2. ท่านคิดว่าความล้มเหลว จึงไม่ใช่จุดจบของชีวิต แต่เป็นเพียงความพ่ายแพ้ชั่วคราวเท่านั้น	3	-	-	1.00
3. ท่านคิดว่าจะต้องยิ้มเมื่อมีปัญหาเข้ามา เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับลูกน้อง	3	-	-	1.00
4. ท่านสามารถมีอารมณ์ขันได้เมื่อกิจการไม่บรรลุเป้าหมายเพื่อให้ลูกน้องมีกำลังใจ	3	-	-	1.00
<b>6. ด้านแรงจูงใจและพลัง</b>				
1. ท่านทำงานด้วยความกระตือรือร้น ติดต่อกันได้เป็นเวลานานเพื่อให้งาน ประสบความสำเร็จ	3	-	-	1.00
2. ท่านนำประสบการณ์ในชีวิต มาสร้างเป็นพลังในการทำงาน	3	-	-	1.00
3. เมื่อรู้สึกท้อแท้ ท่านจะพยายามที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับตัวเอง	3	-	-	1.00

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>7. ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย</b>				
1. ท่านมองเหตุการณ์ล่วงหน้าก่อนกำหนดวิธีการดำเนินงาน	3	-	-	1.00
2. ท่านต้องมองเห็นเป้าหมายและวางขั้นตอนในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จ	3	-	-	1.00
3. ท่านมองภาพอนาคตก่อนที่จะกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน	3	-	-	1.00
<b>8. ด้านการแสวงหาข้อมูล</b>				
1. ท่านคิดว่าการหาข้อมูลจากตัวลูกค้าทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่า	3	-	-	1.00
2. ท่านคิดว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับพนักงานเป็นการหาข้อมูลของบุคคลที่มีต่อองค์กร	3	-	-	1.00
3. ท่านคิดว่าการจัดทำแบบสอบถามให้ลูกค้าตอบทำให้ทราบจุดเด่นจุดด้อยด้านการบริการ	3	-	-	1.00
4. ท่านค้นหาข้อมูลก่อนสนใจในการดำเนินธุรกิจ	3	-	-	1.00
<b>9. ด้านการแสวงหาโอกาส</b>				
1. ท่านมีความคิดแบบก้าวหน้า และเพื่อปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ	3	-	-	1.00
2. ท่านพยายามเข้าใจลูกค้าก่อน เพื่อจะได้ทำ สินค้าที่ลูกค้า ต้องการ	3	-	-	1.00
3. ท่านมักมองเหตุการณ์ต่างๆ เป็นโอกาสที่ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เสมอ	3	-	-	1.00
4. ท่านคิดว่าการรวบรวมและเป็นพันธมิตรกับธุรกิจที่เหมือนกันจะทำให้เกิดอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้น	3	-	-	1.00
5. ท่านมีความพยายามในการหาช่องทางที่จะริเริ่มกิจกรรมหรือช่องทางทางการตลาด	3	-	-	1.00

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>10. ความคิดสร้างสรรค์</b>				
1. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำงาน ได้ทันต่อสถานการณ์รอบด้านได้เสมอ	3	-	-	1.00
2. ท่านไม่ยึดติด แต่ต้องมีกรอบให้ธุรกิจ	3	-	-	1.00
3. ท่านนำประสบการณ์มาดัดแปลงในการทำงาน	3	-	-	1.00
4. การส่งเสริมความรู้ให้แก่พนักงานอาจนำไปสู่ การเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ	3	-	-	1.00
<b>11. ความเชื่อมั่นในตนเอง</b>				
1. ท่านมีความสามารถในการเลือกกิจการให้ เหมาะกับกำลังคน และกำลังทุนได้	3	-	-	1.00
2. ท่านมีความสามารถซ่อมแซมงานชิ้นเล็กๆ ได้ โดยไม่ต้องพึ่งช่าง เพราะจะทำให้รายจ่ายเพิ่ม	3	-	-	1.00
3. ท่านสามารถพัฒนาบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน	3	-	-	1.00
4. ท่านสามารถปรับแบบแผนการดำเนินธุรกิจให้ ปรับเปลี่ยนทันกับรสนิยมของผู้บริโภคได้	3	-	-	1.00
5. ท่านเชื่อมั่นว่างานที่ท่านทำจะประสบความสำเร็จ	3	-	-	1.00
<b>12. กล้าริเริ่มและกล้ารับผิดชอบ</b>				
1. ท่านสามารถหาเงินลงทุน และสามารถรับผิดชอบในการใช้คืน	3	-	-	1.00
2. ท่านกล้าริเริ่มเทคนิคทางการตลาด หรือออก แคมเปญมารองรับลูกค้าใหม่ๆ	3	-	-	1.00
3. ท่านเป็นคนที่มีองหาดตลาดใหม่ๆ ให้กับธุรกิจ	3	-	-	1.00
4. ท่านสามารถชำระเงินกู้ได้ตามกำหนด	3	-	-	1.00
5. ท่านกล้าลงทุนในกิจการ ที่คนอื่นยังไม่เคยทำ	3	-	-	1.00

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับการประเมิน			ค่า
	+1	0	-1	IOC
<b>13. ความซื่อสัตย์สุจริต</b>				
1. ท่านเป็นคนที่ไม่คิดเอาर्ड เอาเปรียบลูกค้า และไม่หาทำไรเกินควร จากลูกค้า	3	-	-	1.00
2. ท่านมีความสุจริตในการใช้หนี้จากการกู้ยืมเงินจากที่ต่างๆ ครบตามกำหนด ไม่มีเบี้ยว	3	-	-	1.00
3. ท่านยอมรับและเชื่อฟังต่อคำติชมหรือคำเสนอแนะจากบุคคลอื่นๆ และพร้อมจะปฏิบัติ	3	-	-	1.00
4. ถ้าท่านมีคู่แข่งทางธุรกิจ ท่านจะไม่ใช้กลโกงเพื่อเอาชนะ แต่จะใช้วิธีที่สุจริตเล่นไปตามกรอบของสังคมที่วางไว้	3	-	-	1.00
5. ท่านมักจะปฏิบัติตามมาตรการของรัฐ เช่น ไม่หลบเลี่ยงการเสียภาษี เป็นต้น	3	-	-	1.00

ภาคผนวก ค  
แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

## การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดนครปฐม

### คำอธิบาย

1. แบบสอบถามฉบับนี้ สำหรับผู้ประกอบการ OTOP ของ ผู้ประกอบการที่เป็น OTOP , ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ การศึกษาคุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP จังหวัดนครปฐม ”

2. แบบสอบถามฉบับนี้มี 2 ตอน จำนวน 68 ข้อ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม

ตอนที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดโดยปรับแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ประกอบด้วยข้อคำถาม ทั้งหมดมี 58 ข้อ วัดจากความรู้สึกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อข้อความเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ประกอบด้วย 13 ด้าน

3. โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละข้อคำถาม และโปรดตอบให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ตามความคิดเห็น และการปฏิบัติของท่านเพื่อให้การวิจัยนี้มีผลสรุปที่เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ได้อย่างแท้จริงข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามจะเป็นความลับและไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ขอให้ท่านตอบอย่างอิสระ

4. โปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนมายังสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมือง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึ่งขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

นางสาวอมรรัต วิริยะพงษ์

นักศึกษาปริญญาโท

สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

## คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม

**ตอนที่ 2** แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งผู้วิจัยใช้สร้างแบบวัดโดยปรับแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ประกอบด้วยข้อคำถาม ทั้งหมดมี 75 ข้อ วัดจากความรู้สึกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อข้อความเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ SMEs

มากที่สุด หมายถึง ท่านมีคุณลักษณะตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด  
 มาก หมายถึง ท่านมีคุณลักษณะตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด  
 ปานกลาง หมายถึง ท่านมีคุณลักษณะตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด  
 น้อย หมายถึง ท่านมีคุณลักษณะตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด  
 น้อยที่สุด หมายถึง ท่านมีคุณลักษณะตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด

ตัวอย่าง

**ตอนที่ 2** คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ข้อที่	คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	
0	คุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs	√	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 000

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ข้อที่	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	สำหรับผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3
1.	เพศ <input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง	<input type="checkbox"/> 1
2.	อายุ ( ) 21-30      ( ) 31-40      ( ) 41-50 ( ) 51 ขึ้นไป	<input type="checkbox"/> 2
3.	ระดับการศึกษา ( ) ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ( ) ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า ( ) ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ( ) ระดับ ปวส. หรือเทียบเท่า ( ) ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ( ) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 3
4.	สถานภาพการสมรส ( ) โสด      ( ) สมรส ( ) หย่าร้าง / แยกกันอยู่	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
5.	ถ้าสมรสแล้วมีบุตรติดารวมกี่คน.....คน	
6.	ประเภทขององค์กรที่ท่านทำงานเป็นครั้งแรก ( ) รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ ( ) บริษัท/หน่วยงานเอกชน ( ) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ( ) อื่นๆ โปรดระบุ .....	<input type="checkbox"/> 6

ข้อที่	ปัจจัยด้านสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	สำหรับผู้วิจัย □ □ □ 1 2 3
7.	ประสบการณ์ทำงานของท่านก่อนมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) น้อยกว่า 5 ปี ( ) 5 - 10 ปี ( ) มากกว่า 10 ปี	<input type="checkbox"/> 7
8.	กิจกรรมที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบันเป็นประเภท ( ) กลุ่ม OTOP ผู้ผลิตชุมชนที่เป็น ( ) กลุ่ม OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว ( ) ผู้ผลิตที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs	<input type="checkbox"/> 8
9.	ประเภทของธุรกิจที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบัน ( ) ผ้าและสิ่งทอ ( ) จักสานและเส้นใยพืช ( ) อาหารและสมุนไพร ( ) ของใช้และของตกแต่งบ้าน ( ) เครื่องหนัง ( ) เครื่องประดับและอัญมณี ( ) เครื่องสำอางบำรุงผิว ( ) ศิลปประดิษฐ์และหัตถกรรม ( ) เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	<input type="checkbox"/> 9
10.	ขนาดขององค์กร ( ) น้อยกว่า 10 คน ( ) 11 - 20 คน ( ) 21 - 30 คน ( ) 31 - 40 คน ( ) 41 - 50 คน ( ) 51 คนขึ้นไป	<input type="checkbox"/> 10
11.	อำเภอที่ท่านทำเกี่ยวกับ OTOP หรือ SMEs ( ) พุทธมณฑล ( ) สามพราน ( ) นครชัยศรี ( ) เมือง ( ) ดอนตูม ( ) กำแพงแสน ( ) บางเลน	

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.1 แบบสอบถามในด้านความกล้าเสี่ยง

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
	5	4	3	2	1	
1. ท่านกล้าที่จะนำทรัพย์สินของท่านไปใช้ในการเริ่มกิจการ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 1
2. ท่านชอบงานที่ทำแล้วจะมีโอกาสประสบความสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 2
3. ท่านกล้าลงมือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยที่ยังไม่มีคนทำ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 3
4. ท่านกล้าตัดสินใจทำธุรกิจที่คาดว่ามีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงอยู่บ้างก็ตาม	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 4
5. ท่านจะเลือกงานที่ให้ผลตอบแทนสูงแม้จะมีโอกาสไม่ประสบความสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 5

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

## ตอนที่ 2.2 แบบสอบถามในด้านความยืดหยุ่นดອນทน

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. แม้ว่าท่านประกอบกิจการยังไม่ประสบ ความสำเร็จ ก็ยังขจัดสนเรื่องรายได้ไม่พอ กับรายจ่าย ท่านก็ยังอดทนทำต่อไป	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 6
2. ท่านสามารถฟันฝ่าอุปสรรคไม่ว่าจะต้องใช้ เวลานานแค่ไหน ที่จะประสบความสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 7
3. ท่านคิดว่าการทำธุรกิจต้องอดทนเพื่อ ตนเอง และบุคคลในองค์กร	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 8
4. ท่านมักจะทุ่มเทและขยันมากกว่าคนใน ธุรกิจของท่าน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 9
5. ท่านจะทุ่มเทร่างกายและแรงใจในการ ประกอบธุรกิจของท่าน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 10

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

## ตอนที่ 2.3. แบบสอบถามในด้านมนุษยสัมพันธ์

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านทักทายผู้อื่นก่อนเสมอ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 11
2. ท่านสามารถจำชื่อและเอาใจใส่ต่อผู้อื่นได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 12
3. ท่านอ่อนน้อมต่อคำชมและระมัดระวังต่อการวิจารณ์ผู้อื่น	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 13
4. ท่านสามารถโน้มน้าวจิตใจและแสวงหาความร่วมมือจากผู้อื่นได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 14
5. ท่านมีความเข้าใจอันดีและร่วมมือกับบุคคลในธุรกิจของท่านอย่างเป็นกันเอง	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 15
6. ท่านสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลได้ง่าย	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 16
7. ท่านเป็นบุคคลที่อภัยข้อยดี	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 17

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

## ตอนที่ 2.4. แบบสอบถามในด้านใฝ่ความสำเร็จ

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านสามารถค้นหาแนวทางที่จะปรับปรุง ธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้ตลอดเวลา	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 18
2. ท่านสามารถชี้แนะเป้าหมายให้กับคนใน องค์กรในการปฏิบัติงาน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 19
3. ท่านเป็นคนที่กำลังคิดล้าตัดสินใจ เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 20

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.5. แบบสอบถามในด้านการจัดการกับความล้มเหลว

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านคิดว่าความผิดพลาดคือบทเรียนที่ จะต้องเรียนรู้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 21
2. ท่านคิดว่าความล้มเหลว จึงไม่ใช่จุดจบ ของชีวิต แต่เป็นเพียงความพ่ายแพ้ ชั่วคราวเท่านั้น	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 22
3. ท่านคิดว่าจะต้องเข้มเมื่อมีปัญหาเข้ามา เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับลูกน้อง	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 23
4. ท่านสามารถมีอารมณ์ขันได้เมื่อกิจการไม่ บรรลุเป้าหมายเพื่อให้ลูกน้องมีกำลังใจ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 24

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.6 แบบสอบถามในด้าน แรงจูงใจและพลัง

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านทำงานด้วยความกระตือรือร้น ติดต่อกันได้เป็นเวลานานเพื่อให้งาน ประสบความสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 25
2. ท่านนำประสบการณ์ในชีวิต มาสร้างเป็น พลัง ในการทำงาน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 26
3. เมื่อรู้สึกท้อแท้ ท่านจะพยายามที่จะสร้าง แรงจูงใจในการทำงานให้กับตัวเอง	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 27

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.7 แบบสอบถามในด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านมองเหตุการณ์ล่วงหน้าก่อนกำหนดวิธี การดำเนินงาน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 28
2. ท่านต้องมองเห็นเป้าหมาย และวางขั้นตอน ในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 29
3. ท่านมองภาพอนาคตก่อนที่จะกำหนด เป้าหมายในการทำงาน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 30

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.8 แบบสอบถามในด้านการแสวงหาข้อมูล

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านคิดว่าการหาข้อมูลจากตัวลูกค้าทำให้ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็ว	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 31
2. ท่านคิดว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด กับพนักงาน เป็นการหาข้อมูลของบุคคลกร ที่มีต่อองค์กร	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 32
3. ท่านคิดว่าการจัดทำแบบสอบถามให้ลูกค้า ตอบทำให้ทราบจุดเด่นจุดด้อยด้านการ บริการ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 33
4. ท่านค้นหาข้อมูลก่อนสนใจในการดำเนิน ธุรกิจ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 34

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

## ตอนที่ 2.9 แบบสอบถามในด้านการแสวงหาโอกาส

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านมีความคิดแบบก้าวหน้า และเพื่อปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 35
2. ท่านพยายามเข้าใจลูกค้าก่อน เพื่อจะได้ทำสินค้าที่ลูกค้าต้องการ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 36
3. ท่านมักมองหาเหตุการณ์ต่างๆ เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ เสมอ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 37
4. ท่านคิดว่าการรวบรวมและเป็นพันธมิตรกับธุรกิจที่เหมือนกันและจัดตั้งเป็นการรวมกลุ่มจะทำให้เกิดอำนาจการต่อรอง	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 38
5. ท่านมีความพยายามในการหาช่องทางที่จะริเริ่มกิจกรรมหรือช่องทางทางการตลาด	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 39

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.10 แบบสอบถามในด้านความคิดสร้างสรรค์

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลง

ในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำงาน ได้ทันต่อสถานการณ์รอบด้านได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 40
2. ท่านไม่ยึดติดกับสิ่งใด แต่ต้องมีกรอบให้ธุรกิจ นั้นประสบผลสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 41
3. ท่านนำประสบการณ์ที่เคยผ่านพ้นมา คิดแปลงในการทำงานใหม่ๆ ได้เสมอ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 42
4. การส่งเสริมความรู้ให้แก่พนักงานอาจ นำไปสู่ การเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 43

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.11 แบบสอบถามในด้านความเชื่อมั่นในตนเอง

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลง

ในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านมีความสามารถในการเลือกกิจการให้ เหมาะกับกำลังคน และกำลังทุนได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 44
2. ท่านมีความสามารถซ่อมแซมงานชิ้นเล็กๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่ง	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 45
3. ท่านสามารถพัฒนาบุคลากรให้เหมาะสม กับงานที่ท่านทำได้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 46
4. ท่านสามารถปรับแบบแผนการค้าเป็นธุรกิจ ให้ปรับเปลี่ยนทันกับรสนิยมของผู้บริโภค	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 47
5. ท่านเชื่อมั่นว่างานที่ท่านทำจะประสบ ความสำเร็จ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 48

## ฉบับที่ 2

## แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

## ตอนที่ 2.12 แบบสอบถามในด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านสามารถหาเงินลงทุน ไม่ว่าจะมาจาก ธนาคารสถาบันการเงิน ญาติ มาทำธุรกิจ และสามารถรับผิดชอบในการใช้คืน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 49
2. ท่านกล้าริเริ่มเทคนิคทางการตลาด หรือ ออกแคมเปญมารองรับลูกค้าใหม่ๆ	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 50
3. ท่านเป็นคนที่มีมองหาตลาดใหม่ๆ ให้กับ ธุรกิจ ของท่าน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 51
4. ท่านสามารถชำระเงินกู้ได้ตามกำหนด	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 52
5. ท่านกล้าลงทุนในกิจการใหม่ๆ ที่คนอื่นยังไม่ เคยทำมาก่อน	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 53

## ฉบับที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs

ตอนที่ 2.13 แบบสอบถามในด้านความซื่อสัตย์

คำชี้แจง ให้ผู้ประกอบการ ตอบคำถามต่อไปนี้ให้ครบถ้วน โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

 หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง มากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ					ช่องนี้ สำหรับ ผู้วิจัย <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ท่านเป็นคนที่ไม่คิดเอาर्ड เอนปรียบลูกค้า และไม่ทำอะไรเกินควร จากลูกค้า	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 54
2. ท่านมีความสุจริตในการใช้หนี้จากการกู้ยืม เงินจากที่ต่างๆ ครบตามกำหนด ไม่มีเบี้ยว	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 55
3. ท่านยอมรับและเชื่อฟังต่อคำติชมหรือคำ เสนอแนะจากบุคคลอื่นๆ และพร้อมจะ ปฏิบัติตาม	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 56
4. ถ้าท่านมีคู่แข่งทางธุรกิจ ท่านจะไม่ใช้กล เพื่อเอาชนะ แต่จะใช้วิธีที่สุจริตเล่นไปตาม กรอบของสังคมที่วางไว้	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 57
5. ท่านมักจะปฏิบัติตามมาตรการของรัฐ เช่น ไม่หลบเลี่ยงการเสียภาษี เป็นต้น	.....	.....	.....	.....	.....	<input type="checkbox"/> 58

**ภาคผนวก ง**

**หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและ  
หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

ที่ ศธ 0520.107 (นฐ) / 5153



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

๒๕ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน นางกมลรัตน์ จินรดคสินนาวา

ด้วย นางสาวอมรรัต วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา  
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ  
คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์  
จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับ  
นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย จินะดังกูร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788, 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 564

150  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

1 & พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขออนุญาตขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอนครชัยศรี

ด้วย นางสาวอมรรัด วิชัยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตจากท่าน โปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุญาต จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๑๗ ๖  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะคังกูร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 5640

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

14 พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอบางเลน

ด้วย นางสาวอมรรัต วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอกความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๐๓ ๗  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะคังกูร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 5639

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

๑๕ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอกำแพงแสน

ด้วย นางสาวอมรรัต วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

ค.พ.

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะดังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 5638

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

๑๕ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอเมืองนครปฐม

ด้วย นางสาวอมรรค์ วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอกความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะดังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นร)/ 5637

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

๒ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอคอนคม

ด้วย นางสาวอมรรัด วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาคังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๐๗ พ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะคังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 5636

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

๑๒ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขออนุญาตกระทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอสามพราน

ด้วย นางสาวอมรรัด วิริยพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตจากท่าน โปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาค้นคว้าด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุญาต จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๑๗ ๖  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะคังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107(นร)/ 5635

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

| ๘ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นักพัฒนาการอำเภอพุทธมณฑล

ด้วย นางสาวอมรรต วิรัชพงษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม OTOP ในจังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนครปฐม เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดแจ้งผู้ประกอบการ OTOP ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

๙๗  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ธีระคังกูร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435

**ประวัติผู้วิจัย**

**ชื่อ-สกุล** นางสาวอมรรัต วิริยะพงษ์

**ที่อยู่** 5/88 ถนนวัน 5 แขวงโลกแฝด เขตหนองจอก กทม. 10530

**ประวัติการศึกษา**

พ.ศ. 2538 สำเร็จการศึกษาปริญญาครุศาสตร์ สาขาคุณกรรม ราชภัฏสวนสุนันทา

พ.ศ. 2546 ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร