

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ผู้ประกอบการ” เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยเป็นผู้วางแผน บริหาร จัดการ และผลักดันให้ธุรกิจพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ของธุรกิจให้พัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสังคมที่ดำเนินกิจการอยู่ (Coulter, 2003, p. 23) ซึ่งการทำให้ธุรกิจอยู่รอดและประสบความสำเร็จนั้นขึ้นกับปัจจัย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และปัจจัยแวดล้อมที่ช่วยเสริมให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543, น. 40) ซึ่งในแนวทางของจิตวิทยา ผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่น่าสนใจศึกษาอย่างยิ่ง เนื่องจากการที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการน่าจะมีองค์ประกอบภายในตัวบุคคลแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่สะท้อนถึงแรงจูงใจ ความคิด ทักษะค่านิยม ความรู้สึก พฤติกรรมต่างๆ รวมถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้ทักษะ ความรู้ และความชำนาญที่ได้สั่งสมมาแต่อดีตเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจให้เติบโต และก้าวหน้าต่อไป

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบภายในตัวบุคคลที่เป็นพื้นฐานของความคิด และพฤติกรรมต่างๆ จะพบว่า อารมณ์ทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจและผลักดันให้ทำงาน รวมถึงเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (ชูทิศย์ ปานปรีชา, 2532, น. 448) จึงทำให้อารมณ์ได้รับการพิจารณาว่าเป็นดัชนีสำคัญในการประเมินความสำเร็จของบุคคลที่ประกอบอาชีพที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับคนและสังคม (Cascio, 1991, pp. 73-81) ซึ่งอาชีพผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีภาระหน้าที่หลักในการบริหารจัดการคน องค์การ และธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลและสังคมรอบข้างอยู่เสมอ ดังนั้นการแสดงออกทางอารมณ์และการนำอารมณ์มาใช้ของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ปัจจัยหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม เพราะอารมณ์มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำหรือพฤติกรรม และกิจกรรมหรือหน้าที่การทำงานของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม (Dworetzky, 1991, p. 31) รวมถึงอารมณ์ยังเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความพยายามเอาชนะ และมีส่วนช่วยบุคคลให้ประสบความสำเร็จในการทำงานด้วยความอยากรู้อยากเห็นและแสวงหาความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ (Oakley, 1992, p. 35) และหากแรงกระตุ้นทางอารมณ์ลดลงจะทำให้แรงจูงใจทั้งทาง

ของบุคลิกภาพทางอารมณ์อีกด้วย (Clifford, 1994, p. 321) และที่สำคัญบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) ที่เกิดขึ้นในการทำงานเป็นพลังสำคัญที่เมื่อรวมกับตัวแปรอื่นทางด้านความคิด จะส่งผลถึงแนวโน้มของการกระทำกลายเป็นทัศนคติ ความเชื่อ ความพึงพอใจต่องาน ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพของพฤติกรรมหรืออาชีพของบุคคล จนเกิดเป็นลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพในอนาคตต่อไป (Mehrabian, 1980, pp. 495-503)

นอกจากบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ การแสดงความคิด และพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการแล้ว ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการภายในตัวผู้ประกอบการที่เป็นตัวช่วยกำหนดพฤติกรรมถาวรต่างๆ ของผู้ประกอบการเอง รวมถึงมีการปรับตัวด้านบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจที่สะท้อนถึงความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมที่เกิดขึ้นหรือผันแปรมาจากการประกอบอาชีพหรือการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจที่ตนประกอบการอยู่ (Frese, 2000, p. 18) ที่เรียกว่า “บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial Orientation) ซึ่งมักได้รับการกล่าวถึงในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผลลัพธ์ของบุคลิกภาพและความสามารถส่วนบุคคลมากกว่าผลลัพธ์ของการอยู่ในสถานการณ์ที่เอื้ออำนวยหรือการได้รับโอกาส (Delmar, 2000, p. 133) จึงมีงานวิจัยจำนวนมากที่พยายามมุ่งศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการ เพื่อระบุถึงบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จสูง ความเชื่ออำนาจในตน ความสามารถจัดการความเสี่ยง ความคิดสร้างสรรค์ ความมีนวัตกรรม (Caird, 1993, pp. 11-20) ความมั่นใจในตนเอง ความต้องการแสวงหาความปลอดภัย (Longenecker, Moore & Petty, 2003, p. 21) อดทนต่อความกำกวม พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ต้องการความอิสระ (Sexton and Bowman, 1985, p. 130) ความยืดหยุ่นไม่ย่อท้อ ความสามารถในการตัดสินใจ มองการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส ใส่ใจในรายละเอียดและความสมบูรณ์ของงาน ตระหนักถึงคุณค่าของเวลา มีวิสัยทัศน์ (Lumbing & Kuehl, 2003, pp. 25-28) และอื่นๆ อีกมากมาย

ขณะที่เฟรเซอร์ (Frese, 2000, pp. 18-19) นายกสสมาคมจิตวิทยาประยุกต์นานาชาติ (International Association of Applied Psychology : IAAP) ได้ศึกษารวบรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะ คือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness

Orientation) ความสม่ำเสมอและความใส่ใจเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) และ ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีงานวิจัยนำไปเป็น แนวทางในการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากและพบว่า บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 6 ลักษณะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลประกอบการทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในประเทศอัฟริกาใต้ (Krauss, Frese & Friedrich, 2005, pp. 315-344) และมีความสัมพันธ์ใน ทางบวกอย่างสูงกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในประเทศยูกาตา (Koop, Reu & Frese 2000, pp. 55-76) ขณะที่ผลการศึกษาในประเทศไทยพบว่า ความสม่ำเสมอและใส่ใจใน การเรียนรู้ (วรรณา ฉายาวัดชนะ, 2544) และความมีนวัตกรรม (จรรยา ตันติพิงศ์อนันต์, 2549) เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ

ซึ่งยังมีงานวิจัยอื่นอีกมากมายที่พยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็น ผู้ประกอบการกับความสำเร็จทางธุรกิจ โดยพบว่า ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการ เจริญเติบโตขององค์กรในด้านการจ้างงาน (Miner, Bracker & Smith, 1989, pp. 554-560) และความต้องการได้สัมฤทธิ์ ความต้องการอิสระ ความกล้าเสี่ยง การควบคุมจากภายใน ความ สามารถทางสังคม การเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติงานจริง และการคิดริเริ่มมีความสัมพันธ์กับการ เริ่มต้นและความสำเร็จของกิจการ (Caird, 1993, p. 18) ขณะที่การศึกษาในประเทศไทยพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาโอกาสและ ความกล้าริเริ่มสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำกว่า (ภาสกร แซ่มประเสริฐ, 2545 และภาณี อุบลศรี, 2546)

นอกจากปัจจัยพื้นฐานของความคิดและพฤติกรรมอย่างบุคลิกภาพทางอารมณ์กับ กระบวนการภายในที่มีการปรับตัวและผันแปรมาจากการประกอบอาชีพ ที่เรียกว่า บุคลิกการเป็น ผู้ประกอบการจะมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการแล้ว ยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่อยู่ ภายในตัวผู้ประกอบการและมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการประกอบการด้วยเช่นกัน นั่นคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสั่งสมความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์จากการทำงานในอดีตที่ เรียกว่า “ภูมิความรู้ความชำนาญ” หรือ “ทุนมนุษย์” หรือ “Human Capital” ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และประสบการณ์ (Experience) ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับลำดับ ขั้นตอนของความรู้และทักษะที่แตกต่างกันไปตามความสามารถในการสั่งสม และเพิ่มพูนความรู้ ของผู้ประกอบการ (Ucbasaran, Westhead & Wright, online, 2006) โดยมีการสั่งสม คุณลักษณะเฉพาะ และความสามารถโดยรวมที่มนุษย์ใช้ในการสร้างผลผลิตที่มีคุณค่าสู่สังคม (Firkin, online, 2001) และภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการถือว่าเป็น ทรัพยากรที่

สำคัญที่สุด (Critical Resource) เนื่องจากมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเป็น การเพิ่มโอกาสการอยู่รอดและความสำเร็จของธุรกิจให้สูงขึ้น (Rauch, Frese, & Utsch, 2005, p. 682) ซึ่งสอดคล้องกับจินตนา บุญบงการ (2542, น. 58) ที่กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์มีความ สัมพันธ์กับการประกอบการใหม่ ทั้งความสัมพันธ์ด้านความรู้ในอุตสาหกรรมและลูกค้า หรือการมี ทักษะ ความสามารถเฉพาะด้านย่อมมีประโยชน์กับการทำธุรกิจใหม่ โดยเฉพาะการจะเริ่มต้น ธุรกิจได้ทีนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีทั้งความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน

ในการศึกษาเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการได้มีผู้กำหนดเกณฑ์ ที่ใช้ในการวัดและพิจารณาภูมิความรู้ความชำนาญแตกต่างกันไป เช่น อายุที่เริ่มก่อตั้งและดำเนิน กิจการ จำนวนปีที่ใช้ศึกษาในระบบการศึกษา ประสบการณ์ความชำนาญในงาน ประสบการณ์ เฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ดำเนินกิจการ ประสบการณ์ในการบริหาร ภูมิหลังทางครอบครัว เป็นต้น ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) ของผู้ประกอบการที่มี งานวิจัยจำนวนมากนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ เกณฑ์การ พิจารณาของเฟรเซอ์ส (Frese, 2000) อันประกอบด้วย จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Years) ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill) และประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) ซึ่งพบผลการศึกษาวิจัยเป็นดังนี้ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในประเทศซิมบับเว กล่าวคือผู้ประกอบการที่มี การศึกษาในระดับวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่า (Frese, Krauss & Friedrich, 2000, pp. 103-130) และการมีประสบการณ์ ทางการบริหารมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความสำเร็จในการประกอบการ (Koop, Reu, and Frese, 2000, p. 68) ขณะที่ผลการวิจัยในประเทศไทยพบว่า ความชำนาญจากงานเดิม (สุนทร อุจจ์ศรี, 2544) และประสบการณ์ในการบริหาร (รณรงค์ ศรีจันทนนท์, 2544 และวรรณภา ฉายา วัฒนนะ, 2544) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

ซึ่งมีผลการศึกษาวิจัยอื่นที่คล้ายกัน คือ ผลการศึกษาในอเมริกาที่พบว่า จำนวนปีที่ ผู้ประกอบการใช้ศึกษาในโรงเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 13 ถึง 15 ปี ซึ่งสูงกว่าบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็น ผู้ประกอบการ (Cooper and Dunkelberg, 1987, pp. 11-23) และผลการศึกษาในประเทศ ไอร์แลนด์พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบการส่วนใหม่มาจากครอบครัวที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้ประกอบการ มีประสบการณ์ เดิมทางการบริหารหรือทางเทคนิค และรวมถึงมีประสบการณ์ในธุรกิจเดียวกับที่ตนประกอบการ อยู่ในขณะนี้ด้วย (Goodbody Economic Consultants, 2002, pp. 8-20) รวมถึงผลการศึกษาใน

ประเทศแซมเบียที่พบว่า การศึกษา ประสบการณ์การทำงานและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมที่ทำมีความสัมพันธ์กับผลกำไรของธุรกิจ (Parker, 1996) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงสาเหตุของการล้มเลิกกิจการจากกลุ่มตัวอย่างเกือบ 10,000 รายในอเมริกา พบว่า มีสาเหตุจากเรื่องที่มีประสบการณ์ไม่กว้างขวางพอร้อยละ 23 การขาดประสบการณ์ในสาขาธุรกิจที่ดำเนินกิจการร้อยละ 14 และการขาดประสบการณ์ในการบริหารร้อยละ 13 (ปริชา ทิระหุต, 2538, น. 21) ซึ่งรวมแล้วมากถึงร้อยละ 50 ที่ต้องล้มเลิกกิจการไปด้วยของการขาดประสบการณ์ในด้านต่างๆ

แม้ว่าสถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมอาหารของไทยก็ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดโลกในระดับสูง และยังคงสร้างรายได้ให้กับประเทศในระดับต้นๆ ดังยืนยันได้จากข้อมูลรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย ประจำปีเดือนกุมภาพันธ์และเดือนเมษายน พ.ศ. 2549 ที่รายงานว่า กลุ่มสินค้ามาตรฐานที่มีมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหารมากเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 คือ ผลิตภัณฑ์ประมง โดยมีมูลค่าประมาณ 34% จากมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร - อาหารทั้งหมด และมีอัตราขยายตัวถึง 14.68% (ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร, ก.พ. และ เม.ย. 2549) ทั้งนี้อาจเนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีจุดเด่นในด้านมูลค่าเพิ่มที่ค่อนข้างสูง จึงมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบและมีความสามารถในการแข่งขันสูงอีกด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, น. 6) แต่ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารของไทยกำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อจากการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศหรือกลุ่มการค้า ด้วยการออกกฎ ระเบียบทางการค้าระหว่างประเทศที่เข้มขึ้นมากขึ้น ทั้งมาตรฐาน ISO 9000, ISO 14000, ระบบ HACCP และ GMP ที่เป็นกติกาสากล และการเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping) ที่อเมริกาประกาศใช้กับผู้ผลิตทั้ง 6 ประเทศและในจำนวนนั้นมีประเทศไทยรวมอยู่ด้วย (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, online, 23/2/50) รวมถึงความได้เปรียบทางการค้าที่เคยมีมาแต่อดีต ทั้งในด้านวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานก็ลดลง ทำให้ผู้ประกอบการที่ต้องการอยู่รอดในธุรกิจจำเป็นต้องเร่งปรับปรุง พัฒนาตัวเอง ทั้งกระบวนการผลิต ระบบควบคุมคุณภาพ และคุณภาพแรงงาน (ศูนย์เครือข่ายการศึกษาและประสานการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเกษตรและเทคโนโลยีสารสนเทศฯ, online, 1/6/49) เพื่อให้สินค้าและบริการมีคุณภาพเทียบเคียงคู่แข่งในตลาดโลกได้ แต่การปรับในเรื่องของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวคงไม่พอ เนื่องจากปัจจัยสำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการ ดังที่กล่าวไว้แล้วในตอนต้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความคิด ค่านิยม พฤติกรรม และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อความอยู่รอด การได้เปรียบเชิงการค้าในการแข่งขันกับตลาดโลก และความสำเร็จทางธุรกิจ

จากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาลักษณะของบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) ตามแนวคิดของ ดร.อัลเบิร์ต มีฮราเปียน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) และภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) ตามแนวคิดและวิธีการของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส เพื่อหาความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ พร้อมทั้งสร้างสมการทำนายความสำเร็จในการประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของบุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ
3. เพื่อสร้างสมการทำนายความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำด้วยบุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาบุคลิกภาพทางอารมณ์ ตามแนวคิดของ ดร.อัลเบิร์ต มีฮราเปียน และศึกษาบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบการตามแนวคิดของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ที่มีพื้นที่ตั้งสำนักงานหรือโรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร สมุทรปราการ และสมุทรสงคราม โดยเริ่มกิจการตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2545 แล้วยังคงดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน และขึ้นทะเบียนไว้กับสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย (Company Profile of TFFA Members, 2548)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะของบุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญที่เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการเดิมหรือบุคคลที่กำลังคิดจะก้าวเข้าสู่ธุรกิจสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม พัฒนา และฝึกอบรมผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการจัดทำโครงการส่งเสริม พัฒนา และกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และประการสุดท้ายหน่วยงานหรือสถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนกับผู้ประกอบการสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นเกณฑ์พื้นฐานในการพิจารณาอนุมัติเงินกู้ให้กับบุคคลที่มีคุณสมบัติความเป็นผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีแนวโน้มที่จะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ก่อตั้งหรือดำเนินธุรกิจด้วยการยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อหวังผลกำไร มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ ด้วยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงสามารถบริหารจัดการองค์การและทรัพยากรที่จำเป็นต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. บุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่มีความคงที่หรือมีอยู่เป็นเวลานาน คงทนข้ามกาลเวลา และยังคงอยู่แม้ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างออกไป และมีผลกระทบต่อการทำงาน แบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่

2.1 มิติความยินดี (Pleasure) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ที่ตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่ในทางบวก เป็นความรู้สึกชอบ ฟังพอใจ หรือในทางลบ เป็นความไม่ชอบไม่ฟังพอใจ โดยใน The PAD Temperament Scale หมายถึง การวัดลักษณะอุปนิสัย (Trait) ตั้งแต่ความยินดี ไปจนถึงความไม่ยินดี ซึ่งเป็นลักษณะของระดับความยินดี – ความไม่ยินดี โดยเฉลี่ยของบุคคลในช่วงเวลาและสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิต

2.2 มิติการกระตุ้น (Arousal) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่แสดงถึงการถูกกระตุ้นรื้อจากสิ่งแวดล้อม โดยใน The PAD Temperament Scale หมายถึง การวัด

ลักษณะอุปนิสัย (Trait) ตั้งแต่รู้สึกน่าเบื่อ ซึมเซาไปจนถึงกระตือรือร้น ตื่นเต้น ซึ่งเป็นลักษณะของระดับการตื่นตัวของจิตและกิจกรรมทางกาย

2.3 มิติการครอบงำ (Dominance) หมายถึง ลักษณะของอารมณ์ความรู้สึกที่มีความสามารถควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น สถานการณ์ เหตุการณ์ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันไปจนถึงความรู้สึกถูกควบคุม ต้องยอมตาม ได้รับความอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม โดยใน The PAD Temperament Scale หมายถึง การวัดลักษณะอุปนิสัย (Trait) ของการครอบงำไปจนถึงการยอมตาม ซึ่งหมายถึงระดับของความรู้สึกของการควบคุมสิ่งแวดล้อมได้หรือไม่ได้

3. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หมายถึง บุคลิกลักษณะที่อยู่ภายในตัวบุคคล และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย 6 ลักษณะ ได้แก่

3.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส สามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ

3.2 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

3.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ และการกล้ากู้ยืมจำนวนมาก

3.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง คุณลักษณะที่ทำให้คู่แข่งยากที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน ผู้ประกอบการที่มีลักษณะก้าวร้าวจะพยายามก้าวล้ำหน้า และทำการต่างๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

3.5 ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ และนำข้อบกพร่องมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ในอนาคต

3.6 ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหนทางไปสู่ความสำเร็จ เป็นผู้ที่ชอบงานที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้นๆ ให้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ

4. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) หมายถึง ความรู้ และความชำนาญทั้งหลายที่ผู้ประกอบการมีและสามารถนำมาใช้ได้ในการดำเนินธุรกิจ แบ่งเป็น 3 ด้านได้แก่

4.1 จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Year) หมายถึง จำนวนปีที่ใช้ในการสะสมความรู้ พื้นฐานการศึกษาในสถาบันการศึกษา

4.2 ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในงานอาชีพ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา หรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน

4.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา หรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน

5. ความสำเร็จในการประกอบการ (Entrepreneurial Success) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งประเมินได้จากหัวข้อต่างๆ ดังนี้

5.1 แนวโน้มของกำไร

5.2 แนวโน้มของจำนวนลูกค้า

5.3 แนวโน้มของยอดขาย

5.4 แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม

5.5 การประเมินความสำเร็จโดยผู้อื่น

5.6 ความพึงพอใจในความสำเร็จ

5.7 ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ

5.8 ความพึงพอใจในรายได้

5.9 แนวโน้มของจำนวนพนักงาน

5.10 การประเมินโดยผู้สัมภาษณ์