

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆ ในการวิจัยเรื่องบุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำในเขตกรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร สมุทรปราการ และสมุทรสงคราม โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ
  - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament)
  - 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)
  - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital)
  - 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการ (Entrepreneurial Success)
  - 1.5 งานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพทางอารมณ์และความสำเร็จในการประกอบการ
  - 1.6 งานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบการ
  - 1.7 งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบการ
2. ธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ
3. สมมติฐานการวิจัย
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

### 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament)

#### ความหมายของอารมณ์

อารมณ์ (Emotion) มาจากภาษาลาตินว่า Emovere แปลว่า ตื่นเต้น บั่นป่วน หรือสภาพจิตใจที่ตื่นเต้น บั่นป่วน เนื่องจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น (ซูทิตย์ ปานปรีชา, 2532, น. 447) ซึ่งได้มีนักวิชาการให้นิยามคำว่า “อารมณ์” ไว้หลากหลายแง่มุม สามารถสรุปได้เป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มนิยามเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ วอเร็ทสกี (Dworetzky, 1991, p. 317) นักสรีรวิทยา ได้ให้นิยามของคำว่า “อารมณ์” ไว้คือ สภาพความรู้สึก (Felling) ที่ซับซ้อน มีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่รู้สึกตัวและการตอบสนองทางกายทั้งภายในและภายนอก และเกิดแนวโน้มที่จะสนับสนุนหรือยับยั้งพฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจ และแมคคีน (MacLean, 1963, p. 3 อ้างถึงใน อัปสร กริอักษร, 2546, น. 12) นักสรีรวิทยาระบบประสาทผู้ศึกษาอารมณ์ในสัตว์ ให้นิยามว่า อารมณ์ คือ ความรู้สึกที่ชี้ทางไปสู่พฤติกรรม ตามจุดประสงค์ในเรื่องการรักษาตนเองและเผ่าพันธุ์ ขณะที่สตรองแมน (Strongman, 2003, p. 41) ให้คำจำกัดความในเชิงของพฤติกรรมไว้ว่า อารมณ์ คือ รูปแบบของปฏิกริยาตอบสนองตามพันธุกรรม ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของกลไกในร่างกายอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบของอวัยวะภายในและต่อมต่างๆ

ในกลุ่มนิยามเชิงองค์ประกอบ ได้แก่ โอคเลย์ (Oakley, 1992, p. 6) ให้นิยามอารมณ์เป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ อารมณ์ประกอบด้วยความรู้คิด ความต้องการและความรู้สึก โดยองค์ประกอบเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงได้และเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน และอีกนิยามในกลุ่มนี้คือ นิยามของลาซารัส (Lazarus, 1975, pp. 553-561) นักจิตวิทยาการรู้คิดและการปรับตัว ให้นิยามไว้ว่า อารมณ์เป็นความไม่สงบที่มีความซับซ้อน ซึ่งมีอยู่ 3 องค์ประกอบหลักคือ องค์ประกอบในด้านความรู้สึกของบุคคล ด้านการเปลี่ยนแปลงทางกายที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวในรูปแบบจำเพาะตามชนิดของสิ่งมีชีวิตเพื่อการปรับตัว และด้านการกระตุ้นให้กระทำ ซึ่งเป็นการกระทำที่เป็นทั้งเคลื่อนไหวและการแสดงออก

สุดท้ายกลุ่มนิยามในเชิงการเปลี่ยนแปลงทางกายและใจ ได้แก่ ซิวเวอร์แมน (Silverman, 1982, p. 239) กล่าวว่า อารมณ์ คือ ภาวะที่อินทรีย์ถูกเร้าทำให้เกิดการตอบสนองที่เรียกว่า ผลกระทบจากสิ่งเร้าไม่ว่าผลกระทบอันนั้นจะหนักหรือเบาก็ตาม และมีการแสดงออกมาได้ 3 แบบ คือ แบบที่เกิดขึ้นทันที แบบพฤติกรรมที่เป็นผลต่อเนื่อง และแบบเกิดการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ขณะที่ในทางพุทธศาสนาได้อธิบายคำว่า อารมณ์ ไว้ว่า เป็นผลต่อเนื่องของเวทนา

อารมณ์อาจเกิดในสามลักษณะคือ ความรู้สึก รู้ทุกข์ หรือเฉยๆ หลังจากเกิดผัสสะ คือ การกระทบกันของอายตนะภายนอกกับอายตนะภายใน โดยที่อายตนะภายนอกได้แก่ สิ่งที่ได้รับรู้ได้ เช่น รูป รส กลิ่น เสียง กายสัมผัส อารมณ์ ความรู้สึก ความจำ และความคิด ส่วนอายตนะภายใน คือ เครื่องมือในการรับรู้ ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ (เทศบัญญัติ ภิกขุ, 2540, น. 30-31)

จากความหมายต่างๆ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า อารมณ์ (Emotion) หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม มีการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ แล้วเกิดการตอบสนองทางสรีระทั้งภายในและภายนอก และมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ต่อไป

### ความสำคัญของอารมณ์

อารมณ์มีผลต่อชีวิตคนเราในหลายด้าน ได้แก่ ด้านการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ด้านแรงจูงใจ ด้านร่างกาย ด้านพฤติกรรมทางสังคมตลอดจนผลต่อความคิดและการทำงาน (อัปสร กิริอักษร, 2546, น. 18) ในด้านการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมนั้น อารมณ์มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากอารมณ์จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่ตอบสนองจุดประสงค์ 8 อย่างของสิ่งมีชีวิต คือ ป้องกันตัว ทำลายศัตรู สืบพันธุ์ รวมกลุ่ม สร้างสัมพันธ์ กำจัดอุปสรรค สำรวจ และแสดงทิศทาง (Reeve, 1992, p. 370) ในด้านแรงจูงใจ เช่น อารมณ์โกรธ หรือความอิจฉาจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความพยายามเพื่อเอาชนะ มีส่วนช่วยให้บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิต ความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงกระตุ้นให้มนุษย์แสวงหาความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆ (Oakley, 1992, p. 35) ในด้านร่างกาย ถ้าร่างกายมีการกระตุ้นทางอารมณ์ที่เหมาะสมจะมีความกระปรี้กระเปร่ามีชีวิตชีวา หากเกิดอารมณ์ที่ไม่เหมาะสมที่เรียกว่า หมดอารมณ์ ไม่มีชีวิตชีวา ก็จะมีผลทางร่างกายติดตามมา ได้แก่ เหนื่อยล้า นอนไม่หลับ เป็นต้น (Warr, 1996, pp. 204-205) ในด้านพฤติกรรมทางสังคมเป็นการสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด แต่หากสังเกตจะพบว่า การแสดงอารมณ์บางอย่างเป็นพฤติกรรมที่ถูกชักจูงโดยสังคมมากกว่าการเกิดอารมณ์จริงๆ ในบางครั้งคนเราไม่ได้ยิ้มในขณะที่มีความสุขแต่ยิ้มเพื่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Reeve, 1992, p. 372) และอารมณ์ทางบวกยังมีผลต่อพฤติกรรมเพื่อสังคม เช่น การเริ่มต้นทักทาย การแสดงความชื่นชมผู้อื่น และการเป็นผู้ให้ (Dworetzky, 1991, pp. 319-320) ในด้านความคิด อารมณ์ทางลบจะสร้างปัญหากับการใช้ความคิด เมื่ออารมณ์เข้าครอบงำจิตใจเราอาจจะกลายเป็นคนไม่มีเหตุผลได้ เนื่องจากเมื่ออารมณ์มีความรุนแรงคนเราจะมีรูปแบบการคิดที่เรียกว่า การคิดแบบใช้อารมณ์ (Emotional Thinking) คือ ความไม่สามารถแยกอารมณ์ออกจากความคิดได้ ทำให้มองสถานการณ์และความสัมพันธ์

บิดเบือนไปจากความเป็นจริง (มนูญ ตนะวัฒน์, 2539, น. 78) และในด้านสุดท้าย คือด้านการทำงาน ลักษณะของอารมณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานก็มีผลต่อการทำงานด้วย อีกทั้งลักษณะนิสัยการมีสุขภาพจิตที่ดี (Mental health trait) ก็มีความสัมพันธ์กับผลงานและการประสบความสำเร็จในอาชีพของบุคคลเช่นกัน (Wright, 1993, p. 277) ดังจะเห็นได้ชัดเจนจากกรมแรงงานของอเมริกาเสนอคำแนะนำสำหรับการวิเคราะห์งานว่า การระบุลักษณะเฉพาะของผู้ทำงานนั้น นอกจากจะประกอบด้วยความสามารถ คือ สติปัญญาและความคิดแล้ว ยังต้องมีความสามารถทางอารมณ์หรือบุคลิกภาพทางอารมณ์อีกด้วย (Clifford, 1994, p. 321)

มีฮราเบียน (Mehrabian, 2000, pp. 133-230) ได้อธิบาย ความสามารถทางอารมณ์ว่าประกอบด้วยลักษณะ 4 ลักษณะด้วยกัน ลักษณะแรก คือ บุคลิกภาพทางอารมณ์ผ่อนคลาย (Relaxed Temperament) คือ สามารถฟื้นคืนจากความเครียดและความยากลำบากในชีวิต ควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี มีทัศนคติต่อชีวิตในทางบวก สร้างสรรค์ และมีการรับรู้ และคาดหวังที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ลักษณะที่สองคือ แนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จและมีการกำหนดเป้าหมาย คือ มีลักษณะของผู้ที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตและมีเป้าหมาย มีความยึดมั่นต่อแผนการที่จะนำไปสู่เป้าหมายนั้น ลักษณะที่สามคือ ไม่คิดแบบใช้อารมณ์ จึงเป็นผู้ควบคุมอารมณ์ได้ดี สามารถจัดการกับความเครียดและความยากลำบากในชีวิตได้ และลักษณะสุดท้ายคือ ความเห็นอกเห็นใจและชอบผูกสัมพันธ์ คือ มีแนวโน้มที่จะรู้สึกแทนผู้อื่นได้ เป็นมิตร ชอบสังคม ชอบช่วยเหลือ มีทักษะในการติดต่อสูง และเป็นคนเปิดเผยความรู้สึก

ความสามารถทางอารมณ์เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในด้านอารมณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จโดยรวมในชีวิตที่ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ ส่วนอารมณ์คือ ความสุขและความพอใจในชีวิตโดยทั่วไป ส่วนความสัมพันธ์คือ ความพอใจ ความเข้ากับผู้อื่นได้และการก่อประโยชน์จากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่วนกายภาพคือ การมีสุขภาพดีและความกระฉับกระเฉง ส่วนการงานคือ ความพอใจในงาน การอุทิศตัวและความก้าวหน้าในการงาน และส่วนอาชีพและการเงินคือ ความสำเร็จในการเลือกและประกอบอาชีพที่ให้ผลตอบแทนเหมาะสม สนุกกับงาน และสามารถใช้จ่าย เก็บออมและลงทุนได้เหมาะสม

จากความสำคัญข้างต้น อารมณ์ในด้านที่สำคัญกับการประสบความสำเร็จในการทำงาน จึงเป็นตัวแปรที่มีผู้สนใจศึกษากันเป็นอย่างมาก เครื่องมือวัดอารมณ์จึงมีความจำเป็นสำหรับการช่วยให้เข้าใจสภาพอารมณ์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาต่อไป

## การวัดอารมณ์

การวัดอารมณ์มีอยู่ 3 วิธีด้วยกันได้แก่ การวัดทางสรีระวิทยา (Physiological Measures) การสังเกตพฤติกรรม (Behavioral Observations) และการรายงานตนเอง (Self-Reports) (James, 2005, p. 449)

การวัดทางสรีระวิทยา (Physiological Measures) คือ การวัดการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เนื่องจากอารมณ์เป็นการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนของร่างกายทั้งภายในและภายนอก จึงมีผู้นำเอาการเปลี่ยนแปลงของร่างกายมาใช้วัดอารมณ์ เครื่องมือเหล่านี้ได้แก่ Polygraph เป็นเครื่องวัดการกระตุ้นอารมณ์ เรียกว่าเครื่องจับเท็จ ซึ่งจะรายงานการเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต อัตราการหายใจ และวัดความชื้นของผิวหนัง (สุชา จันทร์เอม, 2541, น.117) และ Electroencephalogram (EEG) เป็นเครื่องตรวจคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่ส่งออกมาจากสมอง เข้าสู่อิเล็กโทรดและผ่านเครื่องบันทึกออกมาเป็นกราฟ เมื่อคนเรามีอารมณ์ตื่นเต้น คลื่นสมองจะเล็กละเอียดและรวดเร็ว เมื่อนอนหลับคลื่นสมองจากช้าและสูง (สำรอง เงินดี และทิพวัลย์ สุรินยา, 2537 อ้างถึงใน อับสร กรีกษร, 2546, น. 27) ซึ่งการวัดอารมณ์โดยวัดที่การเปลี่ยนแปลงจะทราบเพียงว่าผู้รับการทดสอบมีอารมณ์หรือไม่ แต่ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นอารมณ์อะไร เนื่องจากยังไม่สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างของอารมณ์ต่างๆ ได้ (ไพบูลย์ เทวรักษ์, 2537, น. 97)

การสังเกตพฤติกรรม (Behavioral Observations) เป็นการวัดจากพฤติกรรมที่เราเห็นจากการแสดงออกทางใบหน้า แต่มั่นถือว่าเป็นสิ่งที่ยากมาก เนื่องจากบุคคลปกติสามารถควบคุมที่จะไม่แสดงออกซึ่งอารมณ์ได้ จึงทำให้นักจิตวิทยาสามารถระบุอารมณ์ที่ซ่อนอยู่ได้ในบางครั้งเท่านั้น (James, 2005, p. 449) และเป็นวิธีที่นิยมใช้กับผู้ป่วยทางจิตรุนแรง ผู้ที่มีความบกพร่องทางสมอง เด็ก และสัตว์ ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้วัดเป็นสำคัญ (Carol and Gerald, 2000, pp. 679-697)

และวิธีสุดท้ายคือ การรายงานตนเอง (Self – Report) การวัดวิธีนี้มี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ เป็นรายการคำคุณศัพท์ (Adjective Check List) และแบบสอบถาม (Questionnaire) สามารถสรุป ได้ดังนี้ (อับสร กรีกษร, 2546, น. 23)

ลักษณะรายการคำคุณศัพท์ เช่น แบบวัด The Profile of Mood States (POMS) สร้างโดย Lorr ในปีค.ศ. 1984 แบบวัด Emotion – Mood Index และ Profile of mood State สร้างโดย Lorr & Droopplenan ในปี ค.ศ. 1971 โดยใช้แนวคิด Circumplex Model แบบวัด The Emotion Profile Index หรือ The Mood Profile Index ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดพื้นฐานที่ว่า

ลักษณะอุปนิสัย (Trait) เกิดจากการรวมกันของอารมณ์พื้นฐานเพื่อสร้างลักษณะเหล่านั้นขึ้นมา ซึ่งแบบวัดลักษณะรายการคำคุณศัพท์ก็มีข้อดี คือ สั้น ง่าย ใช้วัดด้วยตนเองได้ มีความเที่ยงตรงผิวเผิน (Face Validity) วัดได้ทั้งสภาพอารมณ์ในขณะหนึ่งและแนวโน้มในระยะยาว แต่ข้อเสียคือ ผู้ตอบสามารถแก้ง่ายและมีความตรงไม่สูงนัก

เครื่องวัดอารมณ์ลักษณะสุดท้ายและใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งแบบวัดเฉพาะอารมณ์บางชนิดหรือบางมิติ เช่น แบบวัดความรุนแรงของอารมณ์ The Emotion Expression Scale ของ Kring สร้างเมื่อปี ค.ศ. 1994 แบบวัด The Affect Intensity Measure ของ Larsen & Diener พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1987 แบบวัด The Emotional Intensity Scale (EIS) ของ Bachorowski & Braaten สร้างในปี ค.ศ. 1994 เป็นต้น รวมถึงแบบวัดโดยภาพรวม เช่น The Self-Assessment Manikin สร้างโดย Lang ในปี ค.ศ. 1985 แบบวัด Job Affect Scale สร้างโดย Boch et al. ในปี ค.ศ. 1988 และแบบวัด The PAD Temperament Scale ของ Mehrabian พัฒนาขึ้นจากแนวคิดพื้นฐานที่เรียกว่า The PAD Temperament Model เป็นต้น

#### ความแตกต่างระหว่างสภาพอารมณ์กับบุคลิกภาพทางอารมณ์

มีฮราเปียน (Mehrabian, 1996, p. 262) ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด (Non-Verbal Communication) ได้กล่าวถึง ความแตกต่างระหว่างสภาพอารมณ์ (Emotion state) กับบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament หรือ Emotional Characteristics หรือ Emotional Trait) ว่าสภาพอารมณ์ (Emotion state) หมายถึง สภาวะที่เปลี่ยนแปลงของอินทรีย์ อันเป็นสภาพที่สามารถผันแปรไปได้มากและรวดเร็ว ตามเหตุการณ์ในแต่ละวัน เช่น ความรู้สึกกระตือรือร้นและเหน็ดเหนื่อย สุขและทุกข์ เป็นต้น แต่บุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่คงที่หรือมีอยู่เป็นเวลานานคงทนข้ามกาลเวลา เป็นลักษณะเฉพาะทางอารมณ์หรือความโน้มเอียงของอารมณ์ เป็นสภาพอารมณ์พื้นฐานโดยเฉลี่ยของบุคคลต่อสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิต แม้ในสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันออกไปจนกลายเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลและมีผลกระทบต่อการทำงานด้วย พร้อมทั้งตั้งทฤษฎีการวัดบุคลิกภาพทางอารมณ์ โดยใช้แบบจำลองมิติทางอารมณ์ (The PAD Temperament Model) ประกอบด้วย 3 มิติทางอารมณ์ ซึ่งเป็นการวัดบุคลิกภาพโดยภาพรวมในทุกมิติ และเป็น

การวัดที่สามารถนำมาใช้ประเมินสภาวะของอารมณ์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่ประสบอยู่ รวมถึงการวัดอารมณ์ที่ตอบสนองต่อการทำงาน (Mehrabian, 1995, pp. 565-582)

### การประเมินบุคลิกภาพทางอารมณ์ โดยการวัดมิติทางอารมณ์

แบบสอบถาม The PAD Temperament Scale ของมีฮราเบียน (Mehrabian, 1995, pp. 341-362) พัฒนามาจากแบบจำลองความคิด The PAD Temperament Model ที่เสนอว่า ปฏิกริยาของอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานจะสามารถแสดงออกได้โดยการตอบสนอง 3 มิติ ได้แก่ มิติความยินดี – ความไม่ยินดี (Pleasure – Displeasure) (P) มิติการกระตุ้น – ไม่มีการกระตุ้น (Arousal – Nonarousal) (A) และมิติการครอบงำ – การยอมตาม (Dominance - Submissiveness) (D) โดยให้นิยามไว้ดังนี้

#### มิติความยินดี – ความไม่ยินดี

อุปนิสัยในเรื่องความยินดี – ความไม่ยินดี (Pleasure – Displeasure) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล หรือระดับเฉลี่ยของความยินดี – ความไม่ยินดีของบุคคลในช่วงเวลา และสถานการณ์ที่หลากหลายในชีวิต เราสามารถนำมาใช้เป็นตัวแสดงความโน้มเอียงของบุคคลที่จะมีการตอบสนองกลับด้วยความยินดี หรือความไม่ยินดีในสถานการณ์ต่างๆ มาตรฐานวัดอุปนิสัยในเรื่องความยินดี – ความไม่ยินดีนี้ใช้ประเมินระดับทั่วไปของบุคคลว่า มีระดับอารมณ์ทางบวกเหนือบุคคลที่มีอารมณ์ทางลบเพียงใด ในแบบจำลองอารมณ์ของมีฮราเบียน อุปนิสัยในเรื่องความยินดี – ความไม่ยินดีเป็นมิติแรกที่อยู่ในแบบวัด PAD สำหรับการแยกบุคคลที่มีความสามารถในการปรับตัวทางจิตวิทยาและมีสุขภาพจิตดี ออกจากบุคคลที่ไม่สามารถปรับตัวและมีสุขภาพทางจิตไม่ดี

โดยพบว่ามิติความยินดี – ความไม่ยินดีมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับมาตรวัดบุคลิกภาพซึ่งใช้ประเมินการปรับตัวในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ ความผูกพัน การแสดงออก ความเป็นธรรมชาติ การช่วยเหลือเกื้อกูล การมีอารมณ์ร่วม นอกจากนี้ยังพบว่ามี ความสัมพันธ์ทางบวกกับอารมณ์ความรู้สึก และความต้องการประสบความสำเร็จ รวมถึงมีความสัมพันธ์ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับมาตรวัดบุคลิกภาพซึ่งใช้ประเมินผู้ที่มีการปรับตัวทางจิตวิทยาบกพร่อง เช่น โรคประสาท อุปนิสัยวิตกกังวล การต่อต้าน การก้าวร้าวไม่เป็นมิตร และอารมณ์ซึมเศร้า

### มิติการกระตุ้น – ไม่มีการกระตุ้น

อุปนิสัยในเรื่องการกระตุ้น – ไม่มีการกระตุ้น (Arousal – Nonarousal) ประกอบด้วย การรวมกันของระดับความตื่นตัวทางจิต และกิจกรรมทางกายของบุคคลหนึ่งๆ ในสถานการณ์ที่มี ข้อมูลมาก ๆ สถานการณ์ที่มีความซับซ้อนเปลี่ยนแปลง ความแปลกใหม่ หรือภาวะที่ไม่คาดคิดมา ก่อนจะเพิ่มการกระตุ้น ในขณะที่สถานการณ์ที่ข้อมูลน้อยๆ จะลดการกระตุ้น บุคคลจะมีปฏิริยากับเหตุการณ์ที่มีข้อมูลมาก ๆ โดยการเพิ่มความสนใจและเพิ่มกิจกรรมทางกาย เช่น มีการ แสดงออกทางสีหน้า พูดเสียงดังและเร็ว มีการเกร็งกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น จนเมื่อเวลาผ่านไปบุคคลจะ เคยชิน ระดับการกระตุ้นจะค่อยๆ ลดลงกลับสู่ระดับปกติ โดยที่คนที่ถูกกระตุ้นได้ง่ายจะเป็นผู้ใช้ อารมณ์มาก (ทั้งในด้านบวกและลบ) หรือเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์กับอารมณ์รุนแรง และในที่สุด จะกลายเป็นคนเจ้าอารมณ์หรืออ่อนไหว

ผู้ที่มีคะแนนจากการวัดมิติการกระตุ้นสูง มักมีลักษณะดังนี้

- มีความดันโลหิตสูง และเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยและโรคหัวใจสูง
- สภาพแวดล้อมแออัดจะทำให้รู้สึกไม่มีความสุขในการทำงาน และทำงานได้น้อย
- จำลึถึงเหตุการณ์ที่ใช้อารมณ์ได้ดี และแสดงออกทางอารมณ์มากกว่าคนอื่น
- มีความสามารถทางสังคม
- อ่อนไหว ไม่ค่อยไตร่ตรอง ถูกกระตุ้นได้ง่าย มีอัตราฆ่าตัวตายสูง
- วิตกกังวล หวาดระแวง ชอบความรุนแรง

ในแบบจำลองอารมณ์ของมีฮราเบียน อุปนิสัยในเรื่องการกระตุ้น – ไม่มีการกระตุ้น เป็นมิติที่สองที่อยู่ในแบบวัด PAD เพื่อใช้ประกอบการคัดเลือกบุคคลที่ต้องทำงานในสถานการณ์ที่ ต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว และปราศจากอารมณ์ หรือผู้นำ รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านอาชีพ

### มิติการครอบงำ – การยอมตาม

อุปนิสัยในเรื่องการครอบงำ – การยอมตาม (Dominance - Submissiveness) เป็น ลักษณะเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกว่าสามารถควบคุมและมีอิทธิพลเหนือสถานการณ์ ในแต่ละวัน เปรียบเทียบกับความรู้สึกถูกควบคุมหรืออยู่ใต้อิทธิพลโดยสภาพแวดล้อม หรือบุคคล อื่นๆ ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงในชีวิต หรือสภาพการทำงาน

ในแบบจำลองอารมณ์ของมีฮราเบียน อุปนิสัยในเรื่องการครอบงำ – การยอมตามนั้น เป็นมิติสุดท้ายที่อยู่ในแบบวัด PAD ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการคัดเลือกผู้เจรจาต่อรองได้

ทิศทางของมิติทางอารมณ์ทั้งสามนี้แสดงให้เห็นได้โดยการเปรียบเทียบอารมณ์แบบต่างๆ ที่เป็นไปได้ทั้งหมดนั้นเป็นเหมือนกับอาณาเขตในห้วงสามมิติ ซึ่งมีเส้นตรงสามเส้นลากผ่านใจกลางของห้วงสามมิตินี้ โดยเส้นตรงแต่ละเส้นนั้นตั้งฉากกันและแบ่งครึ่งซึ่งกันและกัน เช่นเดียวกับแกนของมิติกว้าง ยาว และลึกทางคณิตศาสตร์ มิติทางอารมณ์แต่ละมิติก็เปรียบเหมือนกับเส้นตรงแต่ละเส้น ซึ่งมีลักษณะเหมือนเส้นจำนวนทางคณิตศาสตร์ที่มีทั้งด้านบวกและลบ เส้นตรงเส้นแรกเป็นเส้นแสดงปริมาณของความยินดี - ไม่น่าดี ระยะทางจากกึ่งกลางเส้นแสดงถึงปริมาณของอารมณ์ในมิตินี้ กล่าวคือ ปลายด้านบวกของเส้นแสดงปริมาณความยินดี (แทนด้วยสัญลักษณ์ +P) ยิ่งปลายมากเท่าไรก็แสดงว่ามีความยินดีมากเท่านั้น อีกปลายของเส้นซึ่งเป็นด้านลบแสดงปริมาณความไม่น่าดี (แทนด้วยสัญลักษณ์ -P) ยิ่งปลายมากเท่าไรก็แสดงว่ามีความไม่น่าดีมากเท่านั้น และตำแหน่งบนกึ่งกลางเส้นเป็นตำแหน่งที่แสดงว่าไม่มีอารมณ์ในมิตินี้เลย หมายความว่าในขณะนั้น ผู้คนนั้นไม่มีความรู้สึกยินดีหรือไม่น่าดีเลยแม้แต่น้อย ตำแหน่งดังกล่าวนี้เป็นจุดตัดกับเส้นตรงอีกสองเส้น เส้นตรงอีกสองเส้นนั้นก็เส้นแสดงมิติทางอารมณ์อีกสองมิติคือ มิติการกระตุ้น - ไม่มีการกระตุ้น และการครอบงำ - ยอมตาม ซึ่งมีสองปลายในลักษณะเดียวกันกับมิติความยินดี - ไม่น่าดี โดยที่อารมณ์ในขณะใดขณะหนึ่งก็เหมือนกับการลากเส้นไปตั้งฉากกับเส้นตรงสามเส้นที่เป็นแกนของมิติทั้งสาม จะได้จุดตัดสามจุด ระยะตามแนวระนาบของแต่ละมิติระหว่างจุดนั้นกับจุดศูนย์กลางของห้วงอารมณ์จะแสดงปริมาณของอารมณ์ในแต่ละมิติ แต่ละด้านบวกหรือลบนั้นขึ้นอยู่กับตำแหน่งของอารมณ์ว่าอยู่ในทิศทางใดบนแกน

จากแนวคิด The PAD Temperament Model นี้ มีฮราเบียนได้สร้างแบบวัดอารมณ์แต่ละมิติขึ้นมา ใช้วัดอารมณ์ในแต่ละมิติได้อย่างเป็นอิสระต่อกันว่ามีอารมณ์ในแต่ละมิติสูงต่ำอย่างไร โดยคะแนนที่ได้จากมาตรวัด PAD จะมีค่าอยู่ในช่วง -1 ถึง +1 เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางอารมณ์ต่างๆ โดยอธิบายตามแกนของความยินดี - ความไม่น่าดี การกระตุ้น - ไม่มีการกระตุ้น และการครอบงำ - การยอมตาม และมิติทางอารมณ์แต่ละมิตินี้หากแทนด้วยสัญลักษณ์ตามแบบจำลองแล้วนำมาประกอบกันจะสามารถแสดงอารมณ์พื้นฐานได้ ได้แก่ อารมณ์ร่าเริง สามารถแทนได้ด้วยสัญลักษณ์ (+P+A+D) อารมณ์เบื่อหน่ายแทนด้วย (-P-A-D) อารมณ์พิงพาแทนด้วย (+P+A-D) อารมณ์อ่อนคลาย (+P-A+D) แต่อารมณ์วิตกกังวลจะเป็น (-P+A-D) (Mehrabian, online, 1999)

สำหรับการคัดเลือกเครื่องมือ หรือวิธีวัดอารมณ์ที่เหมาะสมนั้นต้องพิจารณาจากการสร้างขึ้นโดยมีรากฐานทางทฤษฎีรองรับ (Loewenthal, 2001, p. 3) และจากการศึกษารวบรวม

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและเครื่องมือวัดทางอารมณ์ พบว่า The PAD Temperament Scale เป็นเครื่องมือวัดที่ได้รับการทดสอบความตรงแล้ว และสร้างขึ้นจากแบบจำลอง The PAD Temperament Model ของ ดร. อัลเบิร์ต มีฮราเบียน และมีการใช้อย่างกว้างขวางในการทดลอง ด้านจิตวิทยาคลินิก ด้านจิตวิทยาสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงมีฮราเบียนได้นำแบบวัดนี้ ไปใช้ในการประเมินสภาวะของอารมณ์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่ประสบอยู่ รวมถึงการวัดอารมณ์ที่ พนักงานตอบสนองต่อสภาพการทำงาน (Mehrabian, 1995, pp. 565-582) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาบุคลิกภาพทางอารมณ์โดยภาพรวมครบทุกมิติ จึงมีความสอดคล้องกับนิยาม และการนำไปใช้ตามแนวคิดของ ดร. อัลเบิร์ต มีฮราเบียน ในการวัดบุคลิกภาพทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้อง กับการทำงานของบุคคล ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงเลือกศึกษาบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) โดยใช้แบบสอบวัดมิติทางอารมณ์ (The PAD Temperament Scale) ของ ดร. อัลเบิร์ต มีฮราเบียน ในการประเมินบุคลิกภาพทางอารมณ์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

## 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ”

“ผู้ประกอบการ” หรือ “Entrepreneur” มีรากศัพท์มาจากคำว่า “Entreprendre” ใน ภาษาฝรั่งเศส หมายถึง “รับดำเนินการ” (ฐศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์, 2542, น. 4) และในพจนานุกรม ภาษาอังกฤษของ Webster's New World Dictionary of America Language, 2000 ให้ ความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจโดยยอมรับความ เสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการและนักวิจัยให้คำจำกัดความไว้หลากหลายแง่มุม สามารถรวบรวมได้ดังนี้

ในแง่มุมของการบริหารจัดการให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่เห็นโอกาส ทางธุรกิจและถือว่าความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจเป็นการเอาประโยชน์จากโอกาสหรือความคิด (Hatten and Coulter, 1997, p. 31) ให้ความสำคัญกับโอกาสและรู้จักแสวงหาประโยชน์จาก โอกาสมากกว่าการเป็นเจ้าของที่คอยบริหารทรัพยากร (Sexton, Bowman-Upton, 1991, p. 11) และยังเป็นผู้เปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในธุรกิจใหม่ด้วยการใช้กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ โดย มีวัตถุประสงค์เพื่อหากำไรและความเจริญก้าวหน้า (จินตนา สุนทรธรรม และคณะ, 2531, น. 9)

ส่วนในแง่มุมมองทางเศรษฐศาสตร์ และทางการตลาดให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่นำเอาปัจจัยการผลิต ได้แก่ ทุน ที่ดิน และแรงงาน มาผสมผสานจัดสรร ทำการเสี่ยง และตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง (Kilby, 1971, p. 2) โดยผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาด มีการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิมเข้ามาใช้ หรือโดยการปรับปรุงองค์การ แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยการผลิต และการบริหารจัดการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (นิमित นนทพินธาวาทย์, 2527, น. 15) รวมถึงเป็นผู้ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและตลาดในอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างมีอิสระ โดยอาศัยความคิดที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งชั้นในการก่อให้เกิดสินค้าและบริการชนิดใหม่ๆ ขึ้นมา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค (ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค, 2542, น. 66)

รวมถึงในแง่มุมมองของจิตวิทยา ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่มีกระบวนการสร้างสรรค์ที่แตกต่างในด้านคุณค่า มีความเป็นอิสระ อุทิศเวลาและความอุทิศสภาวะ รวมถึงเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไรและความพึงพอใจ (Hisrich and Peter, 2002, p. 9) และมองว่าผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นต่อความสำเร็จในการประกอบการ (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543, น. 40)

ขณะที่เฟรเซอร์ (Frese, 2000, p. 56) นายกสมาคมจิตวิทยาประยุกต์นานาชาติ (International Association of Applied Psychology: IAAP) ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลผู้ก่อตั้งองค์การ เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ

จากความหมายที่รวบรวมได้ข้างต้น พอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ก่อตั้งหรือดำเนินธุรกิจด้วยการยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อหวังผลกำไร มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ ด้วยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงสามารถบริหารจัดการองค์การและทรัพยากรที่จำเป็นต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

### บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา มีนักวิชาการและนักวิจัยทั้งในและต่างประเทศจำนวนมากทำการศึกษาวิจัยเพื่อค้นหาและระบุถึงบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้แตกต่างกันออกไปตามเงื่อนไขแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างนั้นๆ เช่น

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543, น. 40-45) ทำการศึกษาประวัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมถึงจากการรวบรวมผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งลักษณะได้เป็น 11 ประการ ได้แก่

1. มีความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ในระดับปานกลาง ฐุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ประกอบการมักชอบทำงานที่ท้าทายต่อความรู้ความสามารถของตนและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลางที่มีโอกาสจะประสบความสำเร็จหรืออาจล้มเหลวได้ และประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถ

2. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (Need for Achievement) คือ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กระหายในความสำเร็จ มุ่งมั่นที่จะทุ่มเทสติปัญญา พลังความสามารถ ความมุ่งมั่นทั้งหมดเพื่อทำงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จ

3. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายไว้ เขาจะแสวงหาความสำเร็จ และทุ่มเทให้ทั้งหมดโดยคิดวางแผน และวางกลยุทธ์ล่วงหน้าไว้ พร้อมทั้งมีความกลัวความล้มเหลวจึงมีการเตรียมตัวป้องกันปัญหาและอุปสรรคนั้น

4. มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ

5. มีความมานะและทำงานหนัก ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่ทุ่มเททำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มพลังกำลัง และความสามารถ แม้จะต้องเผชิญอุปสรรคอย่างหนัก

6. มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะเป็นผู้ที่เต็มไปด้วยพลัง ทำงานหนัก ไม่อยู่นิ่ง ตลอดจนไม่รู้สึغبื่อหน่ายกับงานที่ทำซ้ำซากจนเป็นงานประจำ

7. มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Attempt to learn from problem and mistake) คือ การนำเอาความรู้ ประสบการณ์ และผลสะท้อนที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีต นำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต และมองเหตุการณ์ต่างๆ เป็นโอกาสที่ได้เรียนรู้

8. มีความรับผิดชอบ เป็นผู้รับผิดชอบต่องานที่ทำอย่างเต็มที่ เป็นผู้นำและกระทำสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น ริเริ่มด้วยความคิด และลงมือกระทำ หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำโดยอยู่ในความดูแล เขาจะทำงานที่ดีที่สุดเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามเป้าหมายที่วางไว้

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Autonomy) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการ มักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระ และพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตสภาวะแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้
10. มีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ในอดีตผู้ประกอบการมักไม่ได้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูง แต่เขาได้เรียนรู้จนมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เขาทำการผลิต ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขนขวายหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา
11. มีความสามารถในการบริหาร ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน
12. มีความคิดสร้างสรรค์ (Innovativeness) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการทำงาน
13. มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่เชื่อในความสามารถของตนเองว่าจะเป็นผู้ปรับสภาพแวดล้อมให้เป็นที่ไปตามต้องการ มากกว่าปล่อยให้เป็นที่ไปตามธรรมชาติ
14. มีความกล้าตัดสินใจ ผู้ประกอบการที่ต้องการความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญในการตัดสินใจ เมื่อได้ศึกษาหาข้อมูลอย่างถ่องแท้แล้ว มีความเชื่อมั่นในตนเอง
15. มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน
16. มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร
17. มีความซื่อสัตย์ (Integrity) ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ
18. มีความประหยัดเพื่ออนาคต คือ การรู้จักการเก็บออมเพื่อขยายกิจการในอนาคต
19. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการ คือ พลังสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้ประเทศเกิดการพัฒนา เป็นผู้สร้างให้สังคมมีความเป็นอยู่ดีขึ้น สร้างงานให้คนทำ สร้างรายได้และอำนาจซื้อให้ประชาชน เป็นผู้ประดิษฐ์คิดค้นวิธีการทำงานใหม่ๆ ผลิตสินค้าแบบใหม่ๆ

ปราโมทย์ เจนการ (2523, น. 122) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาอบรมกับความ เป็นผู้ประกอบการ พบว่า คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการนั้นมี 10 ลักษณะ คือ

1. ความกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผลในแง่ของการลงทุน
2. คุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์ด้วยความมีเหตุผล
3. ความสามารถในการเสาะหาและกล้าเสี่ยงที่จะดำเนินธุรกิจ
4. ความสามารถในการรับรู้และมองเห็นช่องทางดำเนินธุรกิจ
5. แรงจูงใจและค่านิยมที่ดีในการทำงาน
6. แรงจูงใจในความเป็นเลิศด้วยความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์
7. ความเชื่อมั่นในตนเอง (ความเชื่อในอิทธิพลจากการควบคุมภายในตน)
8. ความไม่เชื่อเกี่ยวกับโชคกลาง
9. ความเป็นผู้นำ
10. ความสามารถและเชื่อมั่นในการสังคัมเชิงธุรกิจ

ซิมเมอร์เรอร์ และสคาร์โบโรท (Zimmerer and Scarborough, 2003, pp. 4-9)

พยายามสรุปผลจากการศึกษาวิจัยจำนวนมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เป็นรูปแบบของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้ดังนี้

1. ต้องการเป็นผู้รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง
2. ชอบความเสี่ยงในระดับปานกลาง
3. มีความเชื่อมั่นในความสามารถประสบความสำเร็จได้
4. ต้องการข้อมูลย้อนกลับในทันทีที่ทำงานเสร็จ
5. มีพลังงานสูงเพื่อทุ่มเทในการทำงาน
6. ให้ความสำคัญกับเรื่องของอนาคต
7. มีทักษะด้านการจัดการ
8. มีค่านิยมของความต้องการความสำเร็จมากกว่าเงินตรา
9. มีระดับความยึดมั่นสูง
10. อึดทนต่อความกำกวม ไม่ชัดเจน
11. ยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น
12. มีความยืดหยุ่น ไม่ย่อท้อ และคงทนต่อทุกสถานการณ์

แลมบิง และคูล (Lambing and Kuehl, 2003, pp. 24-29) ได้อธิบายความเป็น

ผู้ประกอบการที่ดีและประสบความสำเร็จ ว่าต้องมีลักษณะร่วมกันหลายประการ ได้แก่

1. มีความต้องการอย่างแรงกล้าในการทำธุรกิจ เพราะความต้องการนี้จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถบรรลุเป้าหมายได้
  2. มีความยึดมั่นไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว และอุปสรรคต่างๆ ที่เข้ามา ต้องคิดว่าความผิดพลาดหรือความล้มเหลวที่เกิดขึ้นเป็นประสบการณ์
  3. มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และแนวความคิดการดำเนินธุรกิจ และเชื่อว่า จะสามารถสำเร็จได้ถ้าลงมือทำ
  4. สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง และเชื่อว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับ การกระทำของตนเอง หรือเป็นผลมาจากตน
  5. มีความสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้ และมักจะมองความเสี่ยงแตกต่างไปจากผู้อื่น และผู้ประกอบการจะประเมินสถานการณ์ความเสี่ยง หาวิธีดำเนินการจัดการกับ ความเสี่ยงนั้นก่อนจะตัดสินใจ และจะดำเนินการเฉพาะบนความเสี่ยงที่ยอมรับได้
  6. มองการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส ต่างกับบุคคลทั่วไปที่มองว่าเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง
  7. มีความอดทนต่อความคลุมเครือไม่มีสิ่งประกันความสำเร็จ มีแต่ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ สภาพภูมิอากาศ และการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของลูกค้า และผู้ประกอบการจะต้องอยู่ได้อย่างสบายกับความไม่แน่นอน
  8. มีความริเริ่มสิ่งใหม่ และต้องการความสำเร็จ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แตกต่างจากผู้อื่น และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าบุคคลทั่วไป
  9. ใส่ใจกับรายละเอียดและต้องการงานที่สมบูรณ์แบบ ผู้ประกอบการมักจะต้องการให้ งานของตนออกมาด้วยความเป็นเลิศและสมบูรณ์แบบ
  10. ตระหนักในคุณค่าของเวลาที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว เพราะเวลาเป็นสิ่งที่มีความค่ามาก
  11. มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในเหตุผลของความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีความสามารถมองเห็นโอกาสที่คนอื่นไม่เห็น และมีจินตนาการในแบบต่างๆ ที่บุคคลอื่นไม่สามารถมองเห็นได้
  12. มองภาพใหญ่ ในขณะที่ผู้อื่นมองภาพเพียงบางส่วนเท่านั้น
- คูร์ตโค และฮอดเกตต์ส (Kuratko and Hodgetts, 2001, p. 97) ทำการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการและจัดแบ่งกลุ่มคุณลักษณะผู้ประกอบการได้ 11 คุณลักษณะ ได้แก่

1. ความยึดมั่น และมุ่งมั่น
2. แรงขับเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้า
3. ใส่ใจกับโอกาสและเป้าหมาย
4. มีความคิดริเริ่ม และความรับผิดชอบ
5. ยืนหยัดแก้ปัญหา
6. ยึดถือความเป็นจริงและเหตุผล
7. ค้นหาและใช้ผลสะท้อนกลับ
8. ความเชื่อในอิทธิพลจากการควบคุมภายใน
9. คำนวณความเสี่ยงและค้นหาความเสี่ยง
10. ต้องการอำนาจต่ำ
11. มีความน่าเชื่อถือ

ขณะที่ฮีสริช และปีเตอร์ (Hisrich and Peter, 2002, pp. 66-68) และคลาดท์ (Klandt, 1993, pp. 34-43) รวมถึงบลาวัตต์ (Blawatt, 1998, pp. 138-139) ที่ศึกษารวบรวมคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงเป็นปัจจัยในการเริ่มต้นธุรกิจไว้สอดคล้องกันว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง (Need for Achievement)
2. มีความกล้าเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Taking)
3. ความเชื่อในอิทธิพลจากการควบคุมภายใน (Internal Locus of Control)
4. ต้องการความอิสระ (Need for Independence)

เฟรเซอร์ (Frese, 2000, pp. 18-19) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่สำคัญไว้ 6 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะความเป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ หรือมีความจำกัด ผู้ประกอบที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะยังมีความสามารถในการต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดการจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ๆ ได้

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) คือ การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพยากรจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ และการกล้ากู้ยืมเงินในจำนวนมาก ซึ่งความกล้าเสี่ยงดังกล่าวเกี่ยวข้องกับ ลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty avoidance)

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) เป็นคุณลักษณะที่ทำให้คู่แข่งยากที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน ผู้ประกอบการที่มีลักษณะก้าวร้าวจะมีความมุ่งมั่นสูงในการพยายามก้าวล้ำหน้าทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ และทำการต่างๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวัดไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และนำข้อบกพร่องมาเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหนทางไปสู่ความสำเร็จ เป็นผู้ที่ชอบงานที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้นๆ ให้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ

จากบุคลิกภาพและลักษณะผู้ประกอบการทั้งหมดที่รวบรวมไว้ข้างต้น รวมถึงจากการทบทวนงานวิจัยที่ได้สรุปและรวบรวมไว้ในส่วนถัดไป พบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศที่ศึกษาบุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอร์ส ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้ จึงเลือกศึกษาบุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการ อันประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) ตามแนวคิดของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอร์ส เช่นกัน

### 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital)

คำว่า “ภูมิความรู้ความชำนาญ” หรือ “ทุนมนุษย์” หรือ Human Capital ปรากฏครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1961 ในบทความชื่อ “Investment in Human Capital” โดย ทีโอดอร์ ดับเบิลยู ชูลซ์ นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลตีพิมพ์ในวารสาร American Economic Review ซึ่งบรรดานักเศรษฐศาสตร์ได้ใช้ศัพท์เป็นจำนวนมากเพื่อบรรยายคุณสมบัติคำว่าทุนมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่ต่างเห็นตรงกันว่า ทุนมนุษย์ นั้นประกอบไปด้วย ทักษะ ประสบการณ์ และความรู้ นักเศรษฐศาสตร์

บางคนอย่าง แกรี เบคเกอร์ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติว่าด้วยบุคลิกภาพ รูปลักษณ์ภายนอก ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือเพิ่มเข้าไปอีก นอกจากนี้ ริชาร์ด ครอว์ฟอร์ด ที่ปรึกษาด้านบริหารจัดการ กล่าวว่า ทุมนมนุษย์ ประกอบรวมเข้าเป็น “บุคคลที่ได้รับการศึกษา มีทักษะ ความชำนาญาน” (ศิริระ โอบาสพงษ์, 2543, น. 32)

ทุมนมนุษย์นั้นเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งที่ไม่มีตัวตน (Intangible asset) ซึ่งตามปกติแล้วไม่สามารถวัดเทียบเป็นมูลค่าทางธุรกิจได้ แต่ในที่สุดแล้วสามารถที่จะแปลงสภาพกลายเป็นสินทรัพย์ที่สามารถวัดเทียบมูลค่าได้ และยังสามารถทำให้มีสภาพคล่องได้อีกด้วย สินทรัพย์ที่ไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้นี้จะมีมูลค่าขึ้นมาได้ก็เฉพาะในแง่มูลค่าที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ขององค์การเท่านั้น (พิพัฒน์, แพลและเรียบเรียง, 2548, น. 39)

ดาเวนพอร์ด (ศิริระ โอบาสพงษ์, 2543, น. 32-35) ได้แยกแยะทุนมนุษย์ออก เป็นองค์ประกอบต่างๆ สำคัญ 3 อย่างคือ ความสามารถ (Ability) พฤติกรรม (Behavior) และความพยายาม (Effort) โดยระบุว่า ความสามารถ หมายถึง ความชำนาญในชุดของกิจกรรม หรืองานรูปแบบใด โดยความสามารถจะประกอบด้วยส่วนประกอบย่อยอีก 3 ส่วน ด้วยกันดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) เปี่ยมด้วยความรู้ในข้อเท็จจริงที่จำเป็นสำหรับทำงานหนึ่งๆ ความรู้นี้มีลักษณะกว้างขวางกว่าทักษะ เพราะความรู้บ่งบอกถึงขอบเขตสติปัญญาภายในงาน หรือภารกิจที่บุคคลหนึ่งกระทำอยู่ การจะประสบความสำเร็จในการผ่าตัดสมองได้ คนเป็นแพทย์ จำต้องมีมากกว่าทักษะด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีความรู้กว้างๆ เกี่ยวข้องกับ สรีรศาสตร์ พิธีการในห้องผ่าตัด วิกิชีวิตคนไข้ และขั้นตอนการทำหลักฐานด้านประกันชีวิตด้วย เป็นต้น

2. ทักษะ (Skill) หมายถึง ความคล่องแคล่ว การรู้จักขั้นตอนและวิธีการสำหรับปฏิบัติภารกิจโดยภารกิจหนึ่งให้ลุล่วงได้เป็นอย่างดี ทักษะนี้มีตั้งแต่ความแข็งแรงทางกายภาพ ไปจนถึงความปราดเปรียวคล่องแคล่วกับการเรียนรู้เฉพาะเรื่อง เนื้อหาสำคัญก็คือการเก่งเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น การทำศัลยกรรมสมอง ต้องการทักษะ สามารถเคลื่อนไหวเพียงเล็กน้อยโดยใช้เครื่องมือละเอียดอ่อน ประกอบกับการรู้ลักษณะและการทำงานของสมองในรายละเอียดลึกลงไป

3. ความสามารถเฉพาะตัวหรือพรสวรรค์ (Talent) เป็นคุณสมบัติสำหรับทำงานใดงานหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด ติดตัวมาแต่กำเนิด ความสำเร็จของการผ่าตัดสมอง แสดงให้เห็นถึงความสามารถเฉพาะตัวด้านการใช้มือ แพทย์มีความสามารถด้านนี้มาแต่กำเนิด จากนั้นก็ฝึกฝนตนเอง

ตนคล่องแคล่วเชี่ยวชาญ คำว่า พรสวรรค์ มีความหมายคร่าวๆ ที่พอจะกล่าวได้ว่าเหมือนกับความสามารถตามธรรมชาตินั่นเอง

จินตนา บุญบงการ (2542, น. 56) ได้ศึกษาถึงการดำเนินการของผู้ประกอบการใหม่ และกล่าวว่า ผู้ประกอบการควรมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่จะทำ โดยให้ความหมาย คำว่าประสบการณ์หมายถึง การพัฒนาความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และความชำนาญในการควบคุมการดำเนินกิจการ ซึ่งในกิจการแต่ละประเภทก็มีความต้องการประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้การวัดและการศึกษานั้นเป็นไปได้ยาก ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า ประสบการณ์ของผู้ประกอบการหลายคนมาจากครอบครัวที่เคยทำธุรกิจมาก่อน ดังนั้นการจะกล่าวถึงประสบการณ์อาจเกี่ยวข้องถึงการมาจากครอบครัวที่ทำกิจการมาก่อน ประสบการณ์ในงาน ประสบการณ์ที่เป็นความชำนาญทางฝีมือเฉพาะอย่าง และความสามารถเฉพาะทาง

เฟรเซอร์ (Frese, 2000, p. 25) ได้ให้ความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญ “Human Capital” ไว้หมายถึง การสะสมของความรู้และความชำนาญ ซึ่งผู้ริเริ่มก่อนการธุรกิจพยายามใช้ในการจัดการกับงานต่างๆ ของตน ตัวชี้วัดภูมิความรู้ความชำนาญหลายอย่างได้ถูกพัฒนาขึ้น แต่ส่วนใหญ่เป็นการชี้วัดทางอ้อม การวัดค่าภูมิความรู้ความชำนาญแบบดั้งเดิมจะทำการโดยการดูจากระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนในโรงเรียนหรือในสถานศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน การทำงานอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน และการเป็นผู้นำ นอกจากนี้ การที่เคยทำกิจกรรมส่วนตัว หรือการที่บ้านมีกิจการก็ใช้เป็นตัวชี้วัดผู้ริเริ่มก่อนการธุรกิจได้โดยทางอ้อม ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ริเริ่มก่อนการธุรกิจพอสมควร ถึงแม้จะไม่สูงมาก อีกประการหนึ่งคือ พวกลูกหลานของครอบครัวหรือตระกูลที่มีกิจการส่วนตัวจะมีตัวอย่างที่ดีในการเป็นผู้ริเริ่มกิจการส่งผลให้มีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของกิจการเอง และเป็นผู้รู้ถึงความต้องการของการเป็นผู้ริเริ่มก่อนการธุรกิจได้ดี รวมไปถึงการที่บุคคลเหล่านี้อาจจะได้รับความช่วยเหลือทางครอบครัว ทำให้ธุรกิจตั้งตัวได้เร็ว

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) หมายถึง การสะสมความรู้ และความชำนาญทั้งหมดที่ผู้ประกอบการมีและสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ รวมถึงจากการทบทวนงานวิจัยที่ได้สรุปและรวบรวมไว้ในส่วนถัดไป พบว่า มีการนำการวัดค่าภูมิความรู้ความชำนาญตามแนวคิดของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอร์ ไปใช้ในการวิจัยจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้นี้จึงเลือกวัดภูมิความรู้ความชำนาญจากจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Year) ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill) และประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) ตามแนวคิดของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอร์

#### 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการ (Entrepreneurial Success)

ความสำเร็จในการประกอบการย่อมเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับผู้ตัดสินใจก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ จะต้องพยายามค้นหาอุปสรรคเพื่อให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จให้ได้ ส่วนการวัดความสำเร็จในการประกอบการนั้น อาจวัดจากกำไร จำนวนพนักงาน หรือการเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่อย่างไรก็ตาม ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้แนวความคิดในการวัดความสำเร็จในการประกอบการ ไว้หลากหลายดังนี้

นิത്യ สัมมาพันธ์ (2542, น. 10-21) ให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จของธุรกิจไว้ดังนี้

1. พิจารณาจากผลิตภาพ (Productivity) หมายถึง อัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัย (Inputs) ที่ใช้ในความหมายนี้ สามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{ผลิตภาพ} = \frac{\text{ผลงาน (Outputs)}}{\text{ปัจจัย (Inputs)}}$$

ซึ่งทำให้ผลิตภาพมีความหมายเดียวกันกับประสิทธิภาพ คือ ความสามารถที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่ออกมาใช้ได้อย่างดีที่สุดเพื่อพยายามบรรลุเป้าหมาย

2. พิจารณาจากกำไร (Profit) ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดนี้มักจะเป็นเรื่องระยะสั้นอย่างมากคือ 1 ปี และเมื่อรู้ว่ามีกำไรมากหรือน้อยก็เป็นเรื่องของอดีตไปแล้ว ดังนั้น จึงมีการกล่าวถึงกำไรสูงสุด (Profit Maximization) หมายถึง การทำกำไรสูงสุด โดยพิจารณาระยะเวลาประกอบเป็นกำไรสูงสุดระยะยาว (Long-term Profit Maximization)

ส่วนดรักเกอร์ (Peter F. Drucker, อ้างถึงใน นิത്യ สัมมาพันธ์, 2542 น. 18-19) ได้เสนอตัววัดความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) โดยระบุตัวแปร หรือ “ผลงานสำคัญ” ด้านต่างๆ ไว้ดังนี้

1. ด้านสถานภาพทางตลาด (Market Position) คือ วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้านฐานะทางการตลาด (Market Standing) ส่วนแบ่งตลาด (Market Shares) ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่งสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณภาพ (Quality) คือ รักษาและพัฒนาในระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการของบริษัท

3. นวัตกรรม (Innovation) มีสัมฤทธิ์ภาพในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ รวมทั้งกระบวนการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
  4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทะนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบไปด้วย จริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ เช่น มีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตโดยรวมเป็นต้น
  5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) สรรหา พัฒนา และบำรุงรักษา ทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูง ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน
  6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources) จัดทำ เก็บรักษาและจัดการ ทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม
  7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) จัดทำ สร้างและซ่อมแซม บำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อาคาร สถานที่ โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งนำมาใช้อย่างเหมาะสม
  8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost efficiency) มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพเป็นผลให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าและ/หรือให้บริการด้วยต้นทุนต่ำ
  9. การทำกำไร (Profitability) ระดับกำไรจะต้องเหมาะสม ไม่ต่ำและสูงเกินไปรวมทั้งดัชนีตัวบ่งชี้อื่นๆ ที่แสดงถึงฐานะการเงินที่ดี
- หากพิจารณารายละเอียดต่างๆ ทั้ง 9 ด้าน อาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่
1. กลุ่มเสริมสถานภาพทางการตลาด
  2. กลุ่มบริหารทรัพยากร
  3. กลุ่มเศรษฐกิจและการทำกำไร
- แคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan and Norton, 1996) กล่าวว่า ระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบเดิมนั้นจะมุ่งที่การวัดด้านการเงินเป็นหลัก หากแต่ว่าการวัดด้านการเงินเป็นเรื่องราวของอดีต ซึ่งไม่ใช่เป็นจุดสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ทั้งหมด เมื่อธุรกิจก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าในอนาคตผ่านการลงทุนด้านลูกค้า ผู้ร่วมการค้า พนักงาน กระบวนการ ธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้นการวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางด้านการเงิน (Financial) แล้ว ยังต้องวัดผลสำเร็จด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ (Internal Business Process) และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต

(Learning and Growth) หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation) ประกอบกัน

เฟรเซอริส (Frese, 2000) กล่าวถึง การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการไว้ 4 ด้าน ได้แก่

1. ตัวบุคคล โดยที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดความสำเร็จด้วยตนเอง ซึ่งมักจะใช้ความเห็นในด้านการเงินเป็นตัวสะท้อนธุรกิจ และความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจาก การดำเนินธุรกิจ
2. ระดับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลกำไร และยอดขาย 1-2 ปี ล่าสุด
3. วัดจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า และพนักงานในด้านการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามด้วยภาพของ บรูเดิร์ล เพรสเซนดอร์ฟเฟออร์ และซิกเกลอร์ (1992)
4. วัดจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์ซึ่งให้คะแนนที่แบ่งเป็น 5 ระดับย่อย ในการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ
5. วัดจากนิยามความสำเร็จของนักวิชาการด้านต่างๆ จะพบว่ามีวิธีการวัดทั้งในด้านที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งต้องนำมาประกอบการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจในการปรับใช้ต่อไป

จากการศึกษารวบรวมนิยามและการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการในข้างต้น พบว่า การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการตามนิยามของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอริส เป็นการวัดความสำเร็จที่น่าสนใจมาก เนื่องจากมีการวัดทั้งในด้านที่เป็นรูปธรรม เช่น ผลกำไร ยอดขาย จำนวนพนักงาน เป็นต้น และวัดทางจิตวิทยา เช่น ความพึงพอใจในรายได้ ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ เป็นต้น ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงเลือกศึกษาตามนิยามของ ดร. ไมเคิล เฟรเซอริส โดยสรุปว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ และวัดความสำเร็จจาก แนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า แนวโน้มของยอดขาย แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม ความพึงพอใจจากมุมมองของผู้อื่น ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ ความพึงพอใจในรายได้ จำนวนพนักงานในปัจจุบัน มูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์หากมีการขายกิจการ และการประเมินโดยผู้ถูกสัมภาษณ์เอง

## 1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพทางอารมณ์และความสำเร็จในการประกอบกร

จากการรวบรวมงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ทำการศึกษานบุคลิกภาพทางอารมณ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ พบเพียงแต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ความสำเร็จในชีวิตโดยรวม และการดำรงชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงขอรวบรวมงานวิจัยที่มีความใกล้เคียงที่สุดมานำเสนอ ได้แก่

มีฮราเปียน (Mehrabian, 2000, pp. 133-230) ได้ทำการศึกษาโดยนำบุคลิกภาพทางอารมณ์ (Temperament) ไปใช้ในการทำนายความสำเร็จในชีวิตพร้อมกับความสามารถทางปัญญา และศักยภาพในการทำงานให้สัมพันธ์กัน พบว่า บุคลิกภาพทางอารมณ์สามารถทำให้ผลการทำนายดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของไวท์ (Wright, 1993, pp. 277-285) ที่พบว่า ลักษณะนิสัยทางสุขภาพจิต (Mental Health Trait) ในระยะหนึ่งปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานเมื่อสิ้นปีของพนักงาน และการศึกษาของโครปาซาโน เจมส์ และโคนอฟสกี (Cropazano, James, and Konovsky, 1993, pp. 595-606) ที่พบว่า สภาวะความรู้สึกลึกลับชั่วครวที่วัดในระยะหนึ่งเดือนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานและผลการปฏิบัติงาน รวมถึงผลการศึกษาของสตอร์ และบาร์เสด (Staw and Barsade, 1993, pp. 304-311) ที่พบว่า ความรู้สึกมีความสัมพันธ์กับผลงานในการบริหาร และลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้ รวมถึงจอร์จ และการ์เรท (George and Gareth, 1991, pp. 299-307) ได้ศึกษาผลของอารมณ์ต่อพฤติกรรมการทำงาน พบว่า อารมณ์ทางบวกในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเพื่อสังคม ทั้งพฤติกรรมช่วยเหลือและการบริการ หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อารมณ์ทางลบทำให้การทำงานไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร

รวมถึงในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรเช่นในปัจจุบัน ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลอย่างมากต่ออารมณ์ของพนักงาน ทำให้ช่วงเวลาเหล่านี้สภาพอารมณ์ของพนักงานยังมีความสำคัญในแง่จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การมากขึ้น และผลของอารมณ์ไม่เพียงแต่มีความสำคัญในด้านทิศทางการอารมณ์ว่าเป็นไปในทางบวกหรือลบเท่านั้น แต่ปริมาณของอารมณ์ก็มีความสำคัญ หากปริมาณการกระตุ้นทางอารมณ์ไม่เหมาะสมก็สร้างผลเสียได้ เช่น ความหมดอารมณ์ (Emotional Exhaustion) คือ การลดลงของพลังงานทางอารมณ์และทางกายทำให้แรงจูงใจลดลงไม่เพียงพอที่จะรับมือกับสถานการณ์การขาดแคลนอารมณ์แบบนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเบือนหนี (Burn Out) ซึ่งเป็นความเครียดจากการทำงานที่จะทำให้เกิดผลตามมาหลายอย่าง ได้แก่ ผลทางกายและอารมณ์ เช่น เหนื่อยล้า นอนไม่หลับ โรคกระเพาะอาหาร ความซึมเศร้าและ

ความวิตกกังวล ผลต่อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น ความสัมพันธ์ของตัวบุคคลกับลูกค้า หรือผู้ร่วมงาน ตลอดจนกับสมาชิกในครอบครัว ผลต่อทัศนคติทำให้เกิดทัศนคติทางลบต่อลูกค้า ผู้ร่วมงาน ตัวงานและต่อองค์การ และก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานที่ไม่ดี เช่น การขาดงาน เปลี่ยนงานและผลงานลดลง (Warr, 1996, pp. 202-205) และอารมณ์ยังมีความสัมพันธ์กับการประเมินการเปลี่ยนแปลงในองค์การ ทัศนคติต่องาน และพฤติกรรมตอบสนองต่อองค์การอีกด้วย (Mossholder et al., 2000, pp. 220-244)

ขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพทางอารมณ์กับความผูกพันต่อองค์การ พบว่า บุคลิกภาพทางอารมณ์ในมิติความยินดีด้านลบมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อองค์การ โดยศึกษาผ่านความเกลียดชังองค์การ (Organizational Cynicism) (Abrham, 2000, pp. 169-185) และความรู้สึกลงในมิติความยินดี (Pleasure) สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าได้ (Mossholder and Kermery, 1994, pp. 336-350) ส่วนผลการศึกษาในมิติการครอบงำ พบว่า การมีอำนาจในด้านต่างๆ เช่น การมีอำนาจเป็นผู้นำ การกระจายอำนาจในองค์การ การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เป็นต้น นั้นหมายถึงการมีความครอบงำสูงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ (Wilson, 1999, pp. 120-142)

ส่วนงานวิจัยที่ใกล้เคียงในประเทศไทยได้แก่ ศรีธัญ กอสนาน (2541) ทำการศึกษาบุคลิกภาพทางอารมณ์กับสภาพการทำงานของเภสัชกรชุมชน พบว่า เภสัชกรมีบุคลิกภาพทางอารมณ์ทั้ง 3 มิติเป็นไปในทิศทางบวก คือ มิติความยินดี (.29) มิติการกระตุ้น (.34) และมิติการครอบงำ (.40) และพบว่าสภาพการทำงานของเภสัชกรต่างกันมีบุคลิกภาพทางอารมณ์ในทุกมิติแตกต่างกัน และอัปสร กรีอักษร (2546) ทำการศึกษามิติบุคลิกภาพทางอารมณ์กับความผูกพันในองค์การของเภสัชกร พบว่า เภสัชกรมีบุคลิกภาพทางอารมณ์ทั้ง 3 มิติเป็นไปในทิศทางบวก คือ มิติความยินดี (.62) มิติการกระตุ้น (.75) และมิติการครอบงำ (.20) และบุคลิกภาพทางอารมณ์ด้านความยินดีเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ และถ้าศึกษาแยกทีละมิติ พบว่า มิติความยินดีและการกระตุ้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การในด้านจิตใจและบรรทัดฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบการ

จากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการ พบรายละเอียดของผลการวิจัยเป็นดังนี้

### ความสัมพันธ์ของความเป็นตัวของตัวเองกับความสำเร็จในการประกอบการ

คูป, รอย และเฟรเซอร์ (Koop, Reu, and Frese, 2000, pp. 55-76) ทำการศึกษากับผู้ประกอบการในประเทศยูกันดา พบว่า ความเป็นตัวของตัวเองมีค่าเฉลี่ยสูงและมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ และแคร์ด (Caird, 1993, pp. 11-20) ทำการทดสอบผู้ประกอบการโดยใช้ Edward Personal Preference Schedule (EPPS) พบว่า ผู้ประกอบการมีความเป็นตัวของตัวเองสูง และลักษณะนี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจ ขณะทีวัตกิน (Watkin, 1976 quoted in Caird, 1993, p. 12) ที่ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการผิวขาวและผิวดำด้วยเครื่องมือ EPPS เช่นกัน เพื่อหาลักษณะจำเป็นที่ผู้ประกอบการควรมี พบว่า ความเป็นตัวของตัวเองไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้ประกอบการ 2 กลุ่ม แต่ผลการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวของไบรลีย์ และ เวสต์เฮด (Birley and Westhead, 1994, pp. 7-31) เพื่อหาสาเหตุจุดใจต่อการเริ่มทำธุรกิจ พบว่า ความต้องการเป็นอิสระของผู้ประกอบการมีผลต่อการเข้าสู่ธุรกิจส่วนตัวน้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ นอกจากนี้อาทิศย์ วุฒิศะโร (2543, น. 27) ได้ทำการศึกษารวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการพบว่า ลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความอิสระและพึ่งตนเองได้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนและแสดงออกด้วยความมั่นใจ ทะเยอทะยาน และรักการแข่งขัน

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทย โดยวรรณภา ฉายาวัดมนะ (2544) ปาริชาติ นุณยะโรจน์ (2544) และจรรยา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ของความเป็นตัวของตัวเองกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

### ความสัมพันธ์ของความมีนวัตกรรมกับความสำเร็จในการประกอบการ

เฟรเซอร์ส, เคราส์ และฟรายดริช (Frese, Krauss, and Friedrich, 2000) ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการในประเทศซิมบับเว พบว่า ความมีนวัตกรรมเป็นคุณลักษณะหลักที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ เช่นเดียวกับที่การศึกษาวิจัยในประเทศแอมเบียของเคย์เซอร์, ครูฟ และเฟรเซอร์ส (Keyser, Kruij, and Frese, 2000) พบว่า ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ และมีความสอดคล้องกับที่ทุกคนเชื่อว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้ริเริ่มในสถานการณ์ที่ผู้อื่นไม่ทำ และสมัครใจที่จะทำตามความคิดที่มักจะแตกต่างจากผู้อื่นที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ เพราะผู้คนส่วนใหญ่มักมีความคิดที่ดี แต่ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นการกระทำได้ (Lambing and Kuehl, 2003, p. 27) และที่ชุมปีเตอร์ และมิตตัน (Schumpeter, 1934 and Mitton, 1989 quoted in Koh, 1996) เสนอว่า ความคิดเชิงนวัตกรรมเป็นจุดรวมของผู้ประกอบการและเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ขณะที่วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการจำนวนมากแสดงว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้มีความคิดเชิงนวัตกรรมมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ และพบความสัมพันธ์อย่างมากระหว่างความคิดเชิงนวัตกรรมกับความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งคล้ายกับผลการศึกษานวัตกรรมกับการเจริญเติบโตขององค์การกับกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 118 คน โดยไมเนอร์ แบริคเคอร์ และสมิธ (Miner, Bracker and Smith, 1989, pp. 554-560) ที่พบว่า การมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตขององค์การในด้านการจ้างงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทย ประกอบด้วย ปราโมทย์ เจนการ (2523) ทำการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีคุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์สูงกว่ากลุ่มลูกจ้าง และกล่าวสรุปว่า คุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ใช้ในการจำแนกผู้ประกอบการออกจากกลุ่มอาชีพอื่น เนื่องจากเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่จะนำไปสู่อาชีพประกอบการโดยตรง และชวลีเนหงษ์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม พบว่า ความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเจริญเติบโตขององค์การทั้ง 3 ด้าน คือ ยอดขาย จำนวนพนักงาน และผลประกอบการกำไร-ขาดทุน ตามลำดับ และเป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่สามารถพยากรณ์การเจริญเติบโตขององค์การทั้ง 3 ด้านได้ รวมทั้งจรรยา (2549) พบว่า ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่วรรณภา ฉายาวัดณะ (2544) ปารีชาติ บุญยะโรจน์ (2544) ไม่พบความสัมพันธ์ของความมีนวัตกรรมกับความสำเร็จทางธุรกิจ

### ความสัมพันธ์ของความกล้าเสี่ยงกับความสำเร็จในการประกอบการ

รอช และเฟรเซอร์ (Rauch and Frese, 2000) ได้รวบรวมวรรณกรรมและสรุปว่า ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทางลบเพียงเล็กน้อยกับความสำเร็จในการประกอบการ แต่เมื่อพิจารณาตามพื้นฐานทางทฤษฎีจะพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความกล้าเสี่ยงมากไปหรือน้อยไปจะไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบการ รวมถึงมีโอกาสล้มเหลวสูงด้วย (Frese, 2000, p. 19) เนื่องจากผู้ประกอบการมักจะมองความเสี่ยงต่างจากผู้อื่น แม้ว่ามันจะเป็นเป็นเหตุผลของความรู้ทางอุตสาหกรรมก็ตาม (Lambing and Kuehl, 2003, p. 27) ซึ่งมิล (Mill, 1984 quoted in Koh, 1996, p. 15) เสนอว่า การจัดการกับความเสี่ยงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจำแนกความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการออกจากกลุ่มผู้จัดการ และงานวิจัยของบรอคฮอส (Brockhouse, 1980, quoted in Burns and Dewhurst, 1996, p. 48) วัดความกล้าเสี่ยงกับเจ้าของกิจการพบว่า ความชอบเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ แม้ว่าเจ้าของธุรกิจจะไม่ค่อยไล่ตามโอกาสทางธุรกิจถ้าดูแล้วมีโอกาสสำเร็จน้อย การตัดสินใจส่วนใหญ่อยู่บนความเสี่ยงน้อยที่สุดและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้ธุรกิจของตนเติบโตด้วยการอยู่ในตำแหน่งที่ต้องตัดสินใจบนความเสี่ยง สอดคล้องกับโคเกน และวอลเลซ (Kogan and Wallach, 1964 quote in Caird, 1993, p. 15) ที่ศึกษาพบว่า พฤติกรรมชอบเสี่ยง (Risk-taking) มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการส่วนเบิร์กเลย์ และบอยด์ (Begley and Boyd, 1987) ทำการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยงสามารถทำนายความสำเร็จได้ โดยผู้ประกอบการที่มีความกล้าเสี่ยงน้อยเกินไปจะไม่สามารถตัดสินใจทำสิ่งใดได้ ในขณะที่ถ้ามีความกล้าเสี่ยงสูงก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จล้มเหลว ดังนั้น ความเสี่ยงระดับปานกลางจึงเป็นสิ่งทำนายความสำเร็จได้ แต่ว่าผลจากงานวิจัยของลอเรนน์ และดัสซอสท์ (Lorrain and Dussault, 1988 quoted in Rauch and Frese, 2004, p. 14) และ บรอคเฮ้าท์ (Brockhaus, 1977 อ้างถึงใน วรรณา ฉายาวัฒน์, 2544, น. 29) ไม่พบความสัมพันธ์ของความชอบเสี่ยงกับความสำเร็จทางธุรกิจ

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยปราโมทย์ เจนการ (2523) ทำการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีความกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผลสูงกว่ากลุ่มลูกจ้าง และกล่าวสรุปว่า คุณลักษณะแห่งความกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผลเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นยิ่งสำหรับผู้มีอาชีพประกอบการ เพราะต้องอยู่ใกล้ชิดกับความเสี่ยง และภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอนตลอดเวลา ในขณะที่วรรณา ฉายาวัฒน์ (2544) ปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) จริยา (2549) พบว่า ความกล้าเสี่ยง

ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ เช่นเดียวกับที่ซูเกียวติ จากไจซน (2546) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความชอบเสี่ยงกับการเจริญเติบโตขององค์การ

#### ความสัมพันธ์ของความก้าวร้าวในการแข่งขันกับความสำเร็จในการประกอบการ

เฟรเซอร์ (Frese, 2000, pp. 105-106) ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กชาวอัฟริกาไม่ค่อยมีลักษณะความก้าวร้าวในการแข่งขัน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางสังคมของชาวอัฟริกาเป็นแบบพหุสังคม อย่างไรก็ตามก็ตีสมมติฐานด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันนี้ถูกเป็นบางส่วน เนื่องจากยังมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่แข่งขันกันอย่างรุนแรง และความก้าวร้าวในการแข่งขันก็มีความสัมพันธ์ทาง บวกกับความสำเร็จ ในขณะที่การศึกษาของเฟรเซอร์ เคราส์ และฟรายดริช (Frese, Krauss and Friedrich, 2000) ทำการศึกษากับผู้ประกอบการขนาดย่อมของประเทศซิมบับเว พบว่า ความก้าวร้าวในการแข่งขันไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ขณะที่เมื่อศึกษาในประเทศแซมเบียโดย เคย์เซอร์, ครูฟ และเฟรเซอร์ (Keyser, Kruif, and Frese, 2000) พบว่า ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

สำหรับผลการวิจัยในประเทศไทยที่วรรณภา ฉายาวัดฉนะ (2544) ปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) และจรรยา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความก้าวร้าวในการแข่งขันกับความสำเร็จในการประกอบการ

#### ความสัมพันธ์ของความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้กับความสำเร็จในการประกอบการ

จากการศึกษาของเฟรเซอร์ (Frese, 2000) และแบรนด์ส์แตตเตอร์ (Brandstaetter, 1997) และโทรเป อาร์ และ ไดซันโจ (Thrope and Dyson, 1988 quoted in Caird, 1993, p. 12) ที่ทำการศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการในหลากหลายกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความใฝ่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ และยังพบอีกว่า การเรียนรู้จากการกระทำผิด หรือสิ่งที่ผิดพลาดมีความสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการวิจัยของคาร์ด (Caird, 1993) ที่ทำการวัดบุคลิกภาพผู้ประกอบการโดยใช้ Honey and Mumford Measure of Learning Style พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและเติบโตในกิจการขนาดเล็กส่วนมากมีการเรียนรู้จากการกระทำและทดลองปฏิบัติมากกว่าเรียนรู้จากทฤษฎี

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยได้แก่ วรรณภา ฉายาวัดมนะ (2544) พบว่า บุคลิกภาพ ผู้ประกอบการในด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตรงข้ามกับงานวิจัยของปาริชาติ บุญะโรจน์ (2544) และจรรยา (2549) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้กับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการ

#### ความสัมพันธ์ของความใส่ใจในความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบการ

ตามทฤษฎีของ McClelland (1987) ที่อ้างว่าความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับความเป็นผู้ประกอบการและการเติบโตทางธุรกิจ และเป็นตัวกำหนดศักยภาพของผู้ประกอบการอีกด้วย ความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูงได้รับการให้คำจำกัดความว่าเป็นผลทางบวกในการปลุกสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกับมาตรฐานความเป็นเลิศ และมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะมากมาย (Caird, 1993, p. 14) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของคูป, รอย และเฟรเซอร์ (Koop, Reu, and Frese, 2000) ที่ศึกษาพบว่า ความใส่ใจในความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยสูงและมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยของเบ็กเลย์ บอยด์ และคณะ (Begley and Boyd and others, quote in Blawatt, 1998, p. 138) ที่พบว่า ความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ ซึ่งพวกเขาจะกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย และให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นวิธีประเมินการบรรลุเป้าหมาย และผู้ที่ประสบความสำเร็จในการลงทุนมีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ก่อตั้ง และผู้จัดการบริษัท สอดคล้องกับที่คูเปอร์ และจิเมโน-แกสคอน (Cooper and Gimeno-Gascon, 1992) ทำการศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก พบว่า 3 ใน 4 ของการศึกษายืนยันว่าความใส่ใจในความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก ขณะที่บอนเนต และเฟิร์นแฮม (Bonnett and Furnham, 1991) ทำการศึกษา ไม่พบความแตกต่างของความใส่ใจในความสำเร็จระหว่างผู้ก่อตั้งกิจการ และผู้ที่ไม่ใช่ผู้ก่อตั้งกิจการ

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยปราโมทย์ เจนการ (2523) ทำการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่ากลุ่มลูกจ้าง และสรุปว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะด้านจิตใจที่ช่วยส่งเสริม และกระตุ้นให้บุคคลใช้ความสามารถและอุตสาหะในการดำเนินกิจการให้ก้าวหน้ามั่นคง และภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545) และภาณี อุบลศรี (2546) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีความใส่ใจในความสำเร็จสูงกว่าผู้ประกอบการที่

ประสบความสำเร็จต่ำ ขณะที่งานวิจัยของวรรณา ฉายาวัดณะ (2544) ปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) และจรียา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความใฝ่ใจในความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

### 1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบกิจการ

จากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ระหว่างความรู้ความชำนาญกับความสำเร็จในการประกอบกิจการ พบรายละเอียดของผลการวิจัยเป็นดังนี้

#### ความสัมพันธ์ของจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษากับความสำเร็จในการประกอบกิจการ

จากการศึกษาวิจัยของเฟรเซออร์, เคราสส์ และฟรีดริช (Frese, Krauss and Freidrich, 2000) ทำการ ศึกษาวิจัยกับผู้ประกอบการพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จ โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัย (มีอายุการศึกษามากกว่า 13 ปี) จะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ซึ่งมีผลการวิจัยตรงกับที่คูเปอร์ และดันเกลเบิร์ก (Cooper and Dunkelberg, 1992, p. 306) ทำการศึกษากับผู้ประกอบการจำนวน 1,805 ราย พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับ 13 ถึง 15 ปีของการเรียนในโรงเรียนซึ่งสูงกว่าบุคคลทั่วไป และสอดคล้องกับการศึกษาของเดเนียลและคณะ (Daniels et al, 1995, quoted in Frese and Kruif, 2000) ที่ศึกษากับผู้ประกอบการในประเทศซิมบับเว พบว่า ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จของผู้ประกอบการ และผลการศึกษาของบรูม และลองเกนเนคเกอร์ (Broom and Longenecker, 1971, pp. 103-108) พบว่า สาเหตุหนึ่งที่สำคัญของความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมมาจากผู้ประกอบการขาดการศึกษาที่เพียงพอ และการศึกษาอย่างน้อยในระดับมัธยมเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่ในงานวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีระดับการศึกษาต่ำกว่าผู้จัดการ และต่ำกว่ามาตรฐานประชากรทั่วไป (Brockhaus, 1972 and Hisrich and Brush, 1985 อ้างถึงใน วรรณา ฉายาวัดณะ, 2544, น. 32) รวมถึงผลการวิจัยในประเทศยูกันดาที่พบว่า การศึกษาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ และไม่พบความสัมพันธ์กับความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Koop, Reu, and Frese, 2000)

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยได้แก่ บุซบง ชัยเจริญวัฒน์ และวันชัย ธรรมสังการ (2535) ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้สตรีในภาคใต้ของไทยประสบความสำเร็จทางธุรกิจ โดยสัมภาษณ์นักธุรกิจหญิงในภาคใต้ พบว่า ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ในขณะที่วรรณภา ฉายาวัฒน์ (2544) รณรงค์ ศรีจันทรินทร์ (2544) สุนทร อุจจ์ศรี (2544) และจรรยา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของผู้ประกอบการกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ยิ่งไปกว่านั้นปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) และอภิสิทธิ์ ประวัติเมือง (2544) พบว่า ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### ความสัมพันธ์ของความชำนาญในวิชาชีพกับความสำเร็จในการประกอบการ

จากการศึกษาของเดเนียล และคณะ (Daniels et al, 1995, quoted in Frese and Kruif, 2000) พบว่า ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการในประเทศซิมบับเว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปาร์กเกอร์ (Parker, 1996, quoted in Frese, 2000, p. 25) ทำการศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศแซมเบีย พบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับผลกำไรของผู้ประกอบการ และการได้รับการฝึกอบรมก็มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจด้วย ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับที่โรบินสัน และเซกตัน (Robinson & Sexton อ้างถึงใน เมธา สุภากร, วิฑิตกร อุษยาพร และวรรณภา พรสกุลศักดิ์, 2539, น. 10) ได้ทำการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในงานนั้นๆ มาก่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทย เฉลียว บุรีภักดี (2539, น. 185-187) ศึกษาแนวโน้มการทำงานของเยาวชนไทยในการประกอบอาชีพอิสระพบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่เข้าสู่การดำเนินกิจการโดยรับช่วงธุรกิจจากพ่อแม่ หรือการเป็นลูกจ้างพอชำนาญงานแล้วจึงเปิดกิจการของตนเอง สอดคล้องกับที่ประดิษฐ์ ชาติสมบัติ และผาสุก พงษ์ไพจิตร (2531, น. 82-102) ทำการวิจัยเรื่องการประกอบอาชีพอิสระส่วนตัวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการเริ่มกิจการโดยอาศัยความรู้ความชำนาญจากการทำงานมาเป็นเวลานานมากกว่าที่จะอาศัยการศึกษาจากสถาบันการศึกษา

ขณะที่สุนทร อุจจ์ศรี (2544) ศึกษาถึงความแตกต่างของภูมิความรู้ความชำนาญระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการที่มีระดับความสำเร็จต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมากมีความชำนาญในงานเดิมสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จ และผู้ประกอบการที่

ประสบความสำเร็จน้อยมีความชำนาญจากงานเดิมสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่วรรณมา ฉายาวัดมนะ (2544) รณรงค์ ศรีจันทนนท์ (2544) อภิสัทธี ประวัตติเมื่อง (2544) และจรรยา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความชำนาญในวิชาชีพกับความสำเร็จในการประกอบการ

#### ความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในการบริหารกับความสำเร็จในการประกอบการ

คูป, รอย และเฟรเซอร์ (Koop, Reu, and Frese, 2000) ทำการศึกษา พบว่า ประสบการณ์ในการบริหารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ และสอดคล้องกับที่พาปาเนค (Papanek, 1971, อ้างถึงใน อรพินท์ ออศิริชัยเวทย์, 2546, น. 50) พบว่า ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากที่ต้องปิดกิจการไป เนื่องจากประสบความล้มเหลวในการดำเนินงาน และร้อยละ 88 ของความล้มเหลวดังกล่าว มาจากการที่ผู้ประกอบการขาดทักษะในการบริหาร ความเป็นผู้นำและการมองโลกทางธุรกิจ และจากการรวบรวมงานวิจัยของ Stuart and Abetti (1990), Fesser and Willard (1988) และ Kennedy and Drennan (1989) โดยจินตนา บุญบงการ (2542, น. 57) พบว่า ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความก้าวหน้า แต่เป็นกิจการที่ต้องใช้ความรู้ทางเทคนิค ขณะที่งานวิจัยของคูเปอร์ จิเมโน-แกสคอน และวู (Cooper, Gimeno-Gascon and Woo, 1991) พบว่า ประสบการณ์ในการบริหารซึ่งวัดจากจำนวนปีของประสบการณ์และชนิดของประสบการณ์ในการทำงานมีผลทางบวกน้อยมาก และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ทั่วไปกับความเจริญก้าวหน้า ยิ่งกว่านั้นงานวิจัยของดันด์เบอร์ก คูเปอร์ วู และเดนนิส (Dunkelberg, Cooper, Woo and Dennis, 1987) พบความสัมพันธ์ทางลบระหว่างประสบการณ์ทางด้านการจัดการและความเจริญก้าวหน้า

ส่วนงานวิจัยในประเทศไทย เช่น รณรงค์ ศรีจันทนนท์ (2544) และวรรณมา ฉายาวัดมนะ (2544) ศึกษากับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติก พบว่า ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะสุนทร อุจจ์ศรี (2544) ปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) อภิสัทธี ประวัตติเมื่อง (2544) และจรรยา (2549) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการบริหารกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

## 2. ธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ

คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ (ศูนย์ประสานปรับเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2541, น. 5-1) ได้ให้นิยาม อุตสาหกรรมอาหาร ไว้หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตร ซึ่งได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นต่อไป หรือเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง โดยผ่านกระบวนการแปรรูปขั้นต้นหรือขั้นกลางเป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือขั้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2504 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อย ใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง และสามารถนำเอาทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นจะนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้น (ศูนย์ประสานการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม) รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในยุคแรกมีวัตถุประสงค์เพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นหลัก แต่ต่อมากการผลิตมีการขยายตัวมากขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญมากขึ้น ภาคอุตสาหกรรมเริ่มได้ประโยชน์จากการผลิตในปริมาณมาก จึงเกิดศักยภาพในการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมจึงเปลี่ยนทิศทางการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าไปสู่การผลิตเพื่อการส่งออก และสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศมากขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา กระทั่งในปัจจุบัน ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่ามีศักยภาพในการผลิตอาหารและเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก จากสถิติการค้าอาหารของโลกใน International Trade Statistics 2000 ขององค์การการค้าโลก (WTO) ปี 2542 ว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารอันดับที่ 18 ของโลก

กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสำคัญของไทยที่มีการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศและทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นอันดับต้นๆ สามารถแบ่งออกได้ 4 กลุ่มใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกร โค กระบือ ไก่ เป็ด นกทูแคน นกทุกประเภท แพะ แกะ จระเข้ กบ เต่า ตะพาบ ไข่ รังนก และอื่นๆ โดยสินค้ากลุ่มนี้ ได้แก่

ไก่แช่เย็นแช่แข็ง สินค้าสำเร็จรูปจากเนื้อไก่และสุกร เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้น หมูหยอง และหมูแผ่น เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์ประมง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม เช่น ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก กุ้ง ปลิงทะเล แมงกะพรุน ฯลฯ รวมปลาป่นสำหรับมนุษย์ โดยสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ปลาหมึกแช่เย็นแช่แข็ง ปลาทูน่ากระป๋อง อาหารทะเลอบแห้ง และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น

3. ผัก ผลไม้สดและแปรรูป ประกอบด้วย ผัก และผลไม้ต่างๆ ทั้งในรูปผลสด แช่แข็ง แช่หิมะ แปรรูปอื่นๆ และน้ำผักผลไม้ รวมถึง สาหร่าย หัวหอม กระเทียมสด พริกไทยสด ถั่วถลันต์ มะม่วงหิมพานต์ โดยสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผักผลไม้แช่เย็น แช่แข็ง ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้งแช่หิมะ และน้ำผลไม้อื่น ลำไย

4. ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง โดยสินค้าสำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ แป้ง ข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งมันสำปะหลัง เส้นหมี่ และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประมง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปนับเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิต มีกองเรือที่มีศักยภาพในการทำประมงเพื่อป้อนวัตถุดิบให้กับโรงงานอุตสาหกรรมที่ทันสมัย การผลิตส่วนใหญ่เป็นแบบครบวงจรและมุ่งการส่งออกเป็นหลัก โดยมีโรงงานผลิตตั้งอยู่ใกล้ชายฝั่งทะเลซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบ และใกล้ภาคกลางหรือกรุงเทพมหานคร และบริเวณทลเพื่อการค้าคมนาคมที่สะดวกในการขนส่งสินค้า ซึ่งอุตสาหกรรมกลุ่มผลิตภัณฑ์ประมงถูกรวมอยู่ในอุตสาหกรรมอาหารกึ่งแปรรูป และเป็นอุตสาหกรรมอีกชนิดหนึ่งที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง รวมถึงการมีมูลค่าการส่งออกอยู่ในลำดับต้นๆ ของอุตสาหกรรมอาหาร ดังมีข้อมูลการรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย ประจำเดือนกุมภาพันธ์และเดือนเมษายน พ.ศ. 2549 รายงานว่า กลุ่มสินค้ามาตรฐานที่มีมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหารมากเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 คือ ผลิตภัณฑ์ประมงมีมูลค่าประมาณ 34% จากมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหารทั้งหมด และมีอัตราขยายตัว 14.68% โดยที่สินค้าส่งออกที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก คือ กุ้งและทูน่า มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 22% และ 33% ของตลาดโลก ตามลำดับ (ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร, ก.พ. และ เม.ย. 2549)

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งไทยที่มีต่อเศรษฐกิจประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจรวมตัวกันก่อตั้งสมาคมขึ้นภายใต้ชื่อสมาคมว่า สมาคมผู้ค้าสัตว์น้ำไทย และเปลี่ยนเป็น สมาคมผู้ค้าผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำและอาหารแช่เยือกแข็งไทย และในปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย (Thai Frozen Foods Association) ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อ

1. ส่งเสริมการประกอบการค้าสัตว์น้ำ และสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำเป็นอาหารแช่เยือกแข็ง
2. เชื่อมความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างมวลสมาชิก
3. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิก เพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ตลอดจนการประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างสมาชิก หรือระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอก ในปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการค้าที่สมาชิกดำเนินอยู่
4. ทำความตกลง หรือวางระเบียบให้สมาชิกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติ เพื่อให้ธุรกิจโดยรวมเป็นไปโดยเรียบร้อยและเกิดประโยชน์แก่ส่วนร่วม
5. ส่งเสริมการวิจัย การเพาะเลี้ยง และการแปรรูปสัตว์น้ำให้มีปริมาณเพียงพอับความต้องการของตลาดภายในและต่างประเทศ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในมาตรฐานที่ดี
6. ศึกษาและรวบรวมสถิติความเคลื่อนไหว ตลอดจนข้อมูลทางวิชาการ ที่เกี่ยวข้องของกับกิจการค้าของสมาชิกเพื่อเผยแพร่แก่สมาชิก และบุคคลทั่วไป
7. ร่วมมือกับภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการค้าสัตว์น้ำและสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของไทย

โดยที่ทางสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทยได้ระบุบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแช่เยือกแข็ง (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, น. 3) ไว้ดังนี้

1. สร้างเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งออกสินค้าประมง สัตว์น้ำ และสินค้าเกษตรอื่นๆ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศและนำรายได้ เงินตราต่างประเทศกลับเข้าสู่ประเทศ
2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าประมง สัตว์น้ำ และสินค้าเกษตรอื่นๆ โดยการแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปแช่เยือกแข็ง ซึ่งมีมูลค่าสูงขึ้นและเก็บรักษาไว้ได้นานขึ้น
3. สร้างงานและรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ประกอบอาชีพประมง และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โดยเป็นแหล่งรับซื้อนอกเหนือจากผู้บริโภคทั่วไป

4. สร้างงานและรายได้ให้กับพนักงาน และแรงงานที่เข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมแปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำและอาหารแช่เยือกแข็ง

5. สร้างทางเลือกและความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคที่ต้องการจะบริโภคอาหารประเภทสัตว์น้ำ ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็มชนิดต่างๆ

### 3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 บุคลิกภาพทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 1.1 มิติด้านความยินดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 1.2 มิติด้านการกระตุ้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 1.3 มิติด้านการครอบงำมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.1 ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.2 ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.3 ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.5 ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2.6 ความใส่ใจในความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 3 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ

- สมมติฐานที่ 3.1 จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ
- สมมติฐานที่ 3.2 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ
- สมมติฐานที่ 3.3 ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ

สมมติฐานที่ 4 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

- สมมติฐานที่ 4.1 จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
- สมมติฐานที่ 4.2 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
- สมมติฐานที่ 4.3 ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 5 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพทางอารมณ์

- สมมติฐานที่ 5.1 ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์
- สมมติฐานที่ 5.2 ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์
- สมมติฐานที่ 5.3 ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์
- สมมติฐานที่ 5.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์
- สมมติฐานที่ 5.5 ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์
- สมมติฐานที่ 5.6 ความใส่ใจในความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพทางอารมณ์

สมมติฐานที่ 6 บุคลิกภาพทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ

สมมติฐานที่ 6.1 มิติความยินดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภูมิความรู้ความชำนาญ

สมมติฐานที่ 6.2 มิติการกระตุ้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภูมิความรู้ความชำนาญ

สมมติฐานที่ 6.3 มิติการครอบงำมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภูมิความรู้ความ  
ชำนาญ

สมมติฐานที่ 7 บุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ

มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการ

#### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

