



ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน:
กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

โดย

นางสาวพิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน:
กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

โดย
นางสาวพิมพ์พญานันท์ แจ่มใสศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**SUCCESS FACTORS OF CONSTRUCTION AND MATERIALS ENTREPRENEURS IN
COMMUNITY: CASE STUDY NAKHONPATHOM DISTRICT PROVINCE
NAKHONPATHOM**

By

Pimchaya Jamsaisree

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

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จ
ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน: กรณีศึกษา อำเภอเมือง
นครปฐม จังหวัดนครปฐม” เสนอโดย นางสาวพิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตนวงศ์)

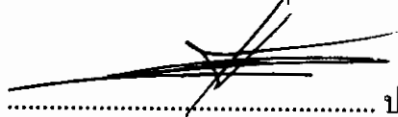
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรวานิช

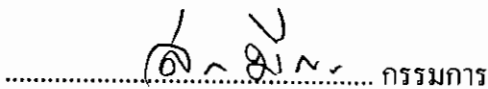
คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

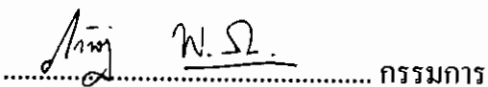
10 / พค. 2556



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สมสิทธิ์ มีแสงนิล)

17 / พค. 2556



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรวานิช)

15 / พค. 2555

53602340 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี : ปัจจัยปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ใน
เขตชุมชน: กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.กฤษฎา พัทธราวิช.
158 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อ
ความสำเร็จทางการประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคตลอดจน
แนวทางในการแก้ไขการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม
จังหวัดนครปฐมประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน
อำเภอเมืองนครปฐม ที่ก่อตั้งและดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปีจำนวน 147 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง
(Simple Random Sampling) จำนวน 108 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้การ
วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสถิติ t-test และ F-test
กำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบภายหลัง
(Post hoc Test) โดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's) และวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยความสำเร็จของ
ผู้ประกอบการโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านด้านลูกค้า แต่ด้านยอดขายและด้านผลกำไร
อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ด้านความสามารถในการรับรู้โอกาส
ทางธุรกิจ ด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในขณะที่ด้านความเชื่อในอำนาจในตน
ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จ
ในการประกอบธุรกิจที่มีเพศ จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างในธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จ
ในการประกอบธุรกิจทั้งในด้านภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันและเมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณลักษณะ
ของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
และปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้านผลกำไร
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ในทุกๆ ด้าน อันได้แก่ ด้านการตลาดด้านการบริหารจัดการด้านบุคคล และด้านการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ
ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....อ.ดร.กฤษฎา พัทธราวิช

53602340 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : SUCCESS FACTORS

PIMCHAYA JAMSAISREE :SUCCESS FACTORS OF CONSTRUCTION AND MATERIALS ENTREPRENEURS IN COMMUNITY: STUDY NAKHONPATHOM DISTRICT.
THESIS ADVISOR : KRISADA PACHRAVANICH, Ph.D. 158 pp.

This research's purpose is for studying factors, Characteristic of entrepreneurs affecting to success of construction and material shop, and for studying problem and obstacle including resolution way in business proceeding within Muang Nakhonpathom district. The sample population in research is construction and material entrepreneurs in The area Who have established and proceeded business for 5 years. The simple random sampling is used for 147 persons but the information test is used for 108 persons from those. The analyzed statistic are Frequency, Percentage, Mean and Standard Deviation. T-test and F-test are used for comparison in difference. The statistical implied value at 0.05 is specified for Post hoc Test; using Multiple Comparison method.

Finally, the relationship between success in business proceeding and characteristic of entrepreneurs in success factors will be analyzed by using Person's Product Moment Correlation Coefficient

The results of this research on entrepreneurs of construction and material shop in Muang Nakhonpathom district showed that the success on quantity of the entrepreneurs' customers was on high level although the circulation and profitability was on medium level. In terms of entrepreneurial characteristics: the abilities to perceive business opportunities, need for achievement and economic rationality, the results indicated on high level. On the contrary, entrepreneurial characteristics: internal locus of control, risk taking and innovativeness was on medium level.

Moreover, the comparative analysis on the success of entrepreneurs, which were different of genders, the amount of starting business and the number of employees investigated that firms' profitability was similar.

Furthermore, the researcher applied the Pearson's Product Moment Correlation Coefficient to analyse factors, entrepreneurial characteristics affecting the success of construction and material business.

The results of statistics were described as follow:

1. Entrepreneurial characteristics and the success of business had positive relationships at .01 significances.
2. Factors of business success and the success of business on profitability had positive relationships at .01 significances.
3. In various factors of business: marketing, management, personnel management and finance, and the entrepreneurial success had positive relationships at .01 significances.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature Pimchaya Jamsaisri

Thesis Advisor's signature Krisada Pachravanich W.S.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัทธราวิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และข้อแนะนำต่างๆ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และอาจารย์ ดร.สมสิทธิ์ มีแสงนิล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถาม เพื่อนๆ ทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ช่วยเหลือทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือ และเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และคุณพัชรมณฑน์ แอ็กทอง ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจและสนับสนุน ส่งเสริมในทุกๆ ด้านมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี คุณประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา และครูอาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดี และมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	9
กรอบแนวคิด	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	14
ความหมายของผู้ประกอบการ	14
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	16
ภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการ.....	22
ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตและความสำเร็จของผู้ประกอบการ	22
คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ.....	23
แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ.....	27
แนวคิดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน	31
ความหมายของกลยุทธ์	31
ระดับของกลยุทธ์	32
ประเภทของกลยุทธ์	33
แนวคิดภูมิความรู้ความชำนาญ	36
ความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญ.....	36

บทที่	หน้า
องค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญ	37
การวัดภูมิความรู้ความชำนาญ.....	39
แนวคิดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)	40
ความหมายและแนวคิดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence).....	40
เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) กับความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย (Tacit Knowledge)	42
ผู้ประกอบการกับเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)	42
การวัดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence).....	43
แนวคิดการบริหารจัดการองค์กร	44
ความหมายการบริหารจัดการองค์กร	44
กระบวนการในการบริหารจัดการ	44
แนวคิดการบริหารการตลาด	50
ความหมายของการตลาด	50
แนวคิดในการดำเนินงานทางการตลาด	51
การดำเนินการทางตลาด.....	52
แนวคิดการบริหารการเงินและบัญชี	54
ความหมายการบริหารการเงินและบัญชี	54
ประเภทของบัญชี.....	55
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis).....	57
วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Analysis)	58
แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์	59
ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	59
ความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	59
กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	60
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ	61
งานวิจัยในประเทศ	61
งานวิจัยต่างประเทศ.....	65
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	67

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	71
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	76
วิธีการเก็บข้อมูล.....	76
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	78
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม .	81
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	89
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	93
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	96
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	125
สรุปผลการวิจัย	125
การอภิปรายผล.....	127
ข้อเสนอแนะ	132
บรรณานุกรม	134
ภาคผนวก	140
ภาคผนวก ก แบบสอบถามของงานวิจัย	141
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	149
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	158
ประวัติผู้วิจัย	162

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	“ตัวแปร” และ “ผลงานสำคัญ” ระดับกลยุทธ์ 9 ด้าน	30
2	ความสัมพันธ์ของ 4P's กับ 4C's.....	53
3	การให้คะแนนตามแบบ Rating Scale	69
4	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม	72
5	ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)	75
6	ระยะเวลาดำเนินงาน	76
7	จำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
8	จำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
9	จำนวนและร้อยละของเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	80
10	จำนวนและร้อยละของเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	81
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม	82
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความต้องการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	82
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความเชื่อใน อำนาจในตนของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	84
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความกล้า เสี่ยงของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	85
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความคิดใน เชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	86

ตารางที่		หน้า
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	87
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	88
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	89
19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	90
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	91
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	92
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	92
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	93
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	94

ตารางที่		หน้า
25	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างใน เขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	95
26	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างใน เขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	95
27	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ.....	96
28	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามอายุ	97
29	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตามอายุเป็นรายคู่.....	99
30	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามการศึกษา.....	100
31	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตามการศึกษาเป็นรายคู่.....	101
32	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ	103
33	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขต ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ...	104

ตารางที่	หน้า
34	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเป็นรายคู่ 106
35	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามจำนวนลูกจ้างในธุรกิจ 107
36	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 108
37	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 111
38	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 113
39	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 115
40	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 118

ตารางที่		หน้า
41	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	119
42	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	121
43	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	123

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ผลการดำเนินงานธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้างในรอบ 5 ปี (2548 - 2552)	2
2	กรอบแนวคิดในการศึกษา	10
3	เป็นภาพ 3 มิติที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การกระทำของผู้ประกอบการ	34
4	การผสมผสานและเพิ่มเติมเพื่อได้รับการลงทุนในทุนมนุษย์.....	38
5	แบบจำลองเบื้องต้นของการจูงใจ.....	48

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

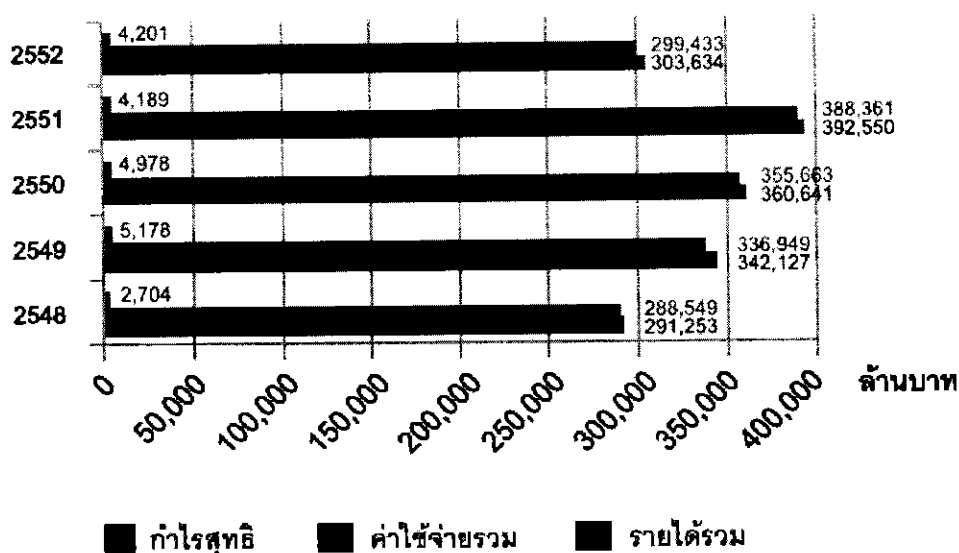
ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวมากขึ้น จากมาตรการการกระตุ้นของภาครัฐ อันได้แก่ งบประมาณการกู้เพิ่มเติมภายใต้โครงการไทยเข้มแข็ง และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจที่ดีขึ้นทำให้ประชากรมีวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างออกไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัย การดำเนินชีวิตประจำวัน หรือพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553) พบว่าไตรมาสที่ 4 ปี 2553 การก่อสร้างภาครัฐ ขยายตัวร้อยละ 6.6 ปรับตัวดีขึ้น จากไตรมาสที่ 3 ปี 2553 ที่ขยายตัวร้อยละ 5.2 การก่อสร้างภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 9.4 ชะลอตัวจากไตรมาสที่ 3 ปี 2553 ที่ขยายตัวร้อยละ 12.8 สะท้อนได้จากจำนวนพื้นที่ขอรับอนุญาตก่อสร้างที่หดตัวร้อยละ 23.7 โดยเฉพาะการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและอาคารพาณิชย์ที่หดตัวร้อยละ 15.9 และ 52.9 ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2553) เนื่องจากผู้ประกอบการมีความกังวลต่อภาวะอุปทานสินค้าตลาดประกอบกับในช่วงเดียวกันของปีก่อนมีการขออนุญาตก่อสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 ต่อเนื่องกันเป็นไตรมาสที่ 4 จากการเพิ่มขึ้นของราคาเหล็กและราคาไม้ และผลิตภัณฑ์ไม้ร้อยละ 4.4 และ 4.1 ตามลำดับ ส่วนซีเมนต์และผลิตภัณฑ์คอนกรีตลดลงร้อยละ 3.5 และ 0.4 ตามลำดับ รวมทั้งปี 2553 สาขาการก่อสร้าง ขยายตัวร้อยละ 6.8 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2553) จึงทำให้ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในประเทศไทย และมีการขยายตัวของธุรกิจไปตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ

นครปฐม เป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคตะวันตก และเป็นชุมชนทางการขนส่ง สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดนครปฐม (2552) พบว่ามีจำนวนผู้อาศัยอยู่ 964,036 คน ส่งผลให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทุกสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดกระจายไปสู่สาขาต่างๆอย่างมั่นคง พิจารณาจากจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งจดทะเบียนธุรกิจใหม่รวม 550 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขายส่ง ขายปลีก สัดส่วนจำนวนธุรกิจร้อยละ 40 ธุรกิจการเงิน อสังหาริมทรัพย์ บริการร้อยละ 22 ธุรกิจอุตสาหกรรม หัตถกรรม ร้อยละ 20 และธุรกิจก่อสร้าง ร้อยละ 11 โดยมีการจดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัด ธุรกิจการก่อสร้าง 30 ราย คิดเป็นมูลค่า 316.5

ล้านบาท และประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด 31 ราย คิดเป็นมูลค่า 33.7 ล้านบาท (สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดนครปฐม 2552)

ปีงบประมาณ



ภาพที่ 1 ผลการดำเนินงานธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้างในรอบ 5 ปี (2548 - 2552)

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, ผลการดำเนินงานธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้าง[ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2554. เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/statistic/2553/26/26_2010YEAR.pdf

ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้างในรอบ 5 ปี (2548 – 2552) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2553) พบว่ามูลค่ารายได้รวมของธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้างมีอัตราเพิ่มขึ้น จาก 291,253 ล้านบาท เป็น 303,634 ล้านบาท มูลค่ารายได้รวมของธุรกิจแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการสร้างรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งภาพรวมของธุรกิจยังมีผลกำไรจากการดำเนินงานเช่นกัน รูปแบบของธุรกิจค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าไปยังผู้ที่ต้องการสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการงานที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง คัดแปลงขาย ต่อเติม ประกอบ ติดตั้งหรือรีดถอนซึ่งอาคารหรือสิ่งก่อสร้าง โดยรวมถึงอาคารที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ อาคารอุตสาหกรรม จึงถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน ยังต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งภาวะการแข่งขันจากคู่แข่งทางการค้าท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในการรับกับสถานการณ์ที่จะเข้ามากระทบต่อธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่การดำเนินธุรกิจต้องมีการปรับสภาพการณ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค วิธีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงทำให้เกิดแหล่งซื้อขายสินค้าแหล่งใหม่ ตามชุมชนใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค สินค้าประเภทวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีความสำคัญต่อชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัจจัยสี่ประเภทที่อยู่อาศัย ซึ่งสินค้านี้ยังคงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องการเพื่อนำไปใช้ การสร้างบ้านใหม่ การต่อเติม ดัดแปลง หรือการซ่อมแซมต่างๆ ผู้ใช้สามารถหาซื้ออุปกรณ์เหล่านั้นตามร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน ซึ่งมีให้เลือกมากมายในปัจจุบัน ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างขนาดใหญ่เป็นคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญ ที่ได้เปรียบในเรื่องของการมีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือก และต้นทุนสินค้าที่ต่ำกว่า ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีความสามารถในการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น การจัดลดราคาสินค้าเพื่อระบายสินค้า เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจำเป็นต้องวางแผนที่จะต้องวางเป้าหมาย นโยบาย ที่ชัดเจน และมีแผนงานที่ดี ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งหวังที่จะศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยใช้แนวคิดและวิธีการของชลธิ์ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) เคอเรทโก และฮอดเกตต์ส (Kuratko and Hodgetts 1995 : 44) และซิมเมอร์เรอร์ สการ์โบราฟ (Zimmerer and Scarborough 1996 : 6) ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างใช้แนวคิดและวิธีการของเคปแลน แอนด์นอร์ตัน (Kaplan and Norton, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550) และเฟรส์เชอร์ (Frese 2000) ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ใช้แนวคิดและวิธีการของหัทธรัตน์ ถิรมถวิล (2548) และอดุลย์ จาตุรงคกุล (2550) เป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีความแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง จึงสันนิษฐานว่าปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นนี้จะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

ด้วยข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคคลทั่วไปที่มุ่งหวังที่จะประกอบอาชีพนี้ ได้พิจารณาถึงความพร้อม ความสามารถและศักยภาพที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในสายอาชีพนี้ พร้อมทั้งรวบรวมแนวคิด

และวิธีการของผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินกิจการให้อยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.2 ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.3 ศึกษาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.4 เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.5 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2.6 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ประกอบสมมติฐานหลัก 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 6 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1: ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย ซึ่งเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายไม่แตกต่างกัน

4. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยพัฒนาโดยมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

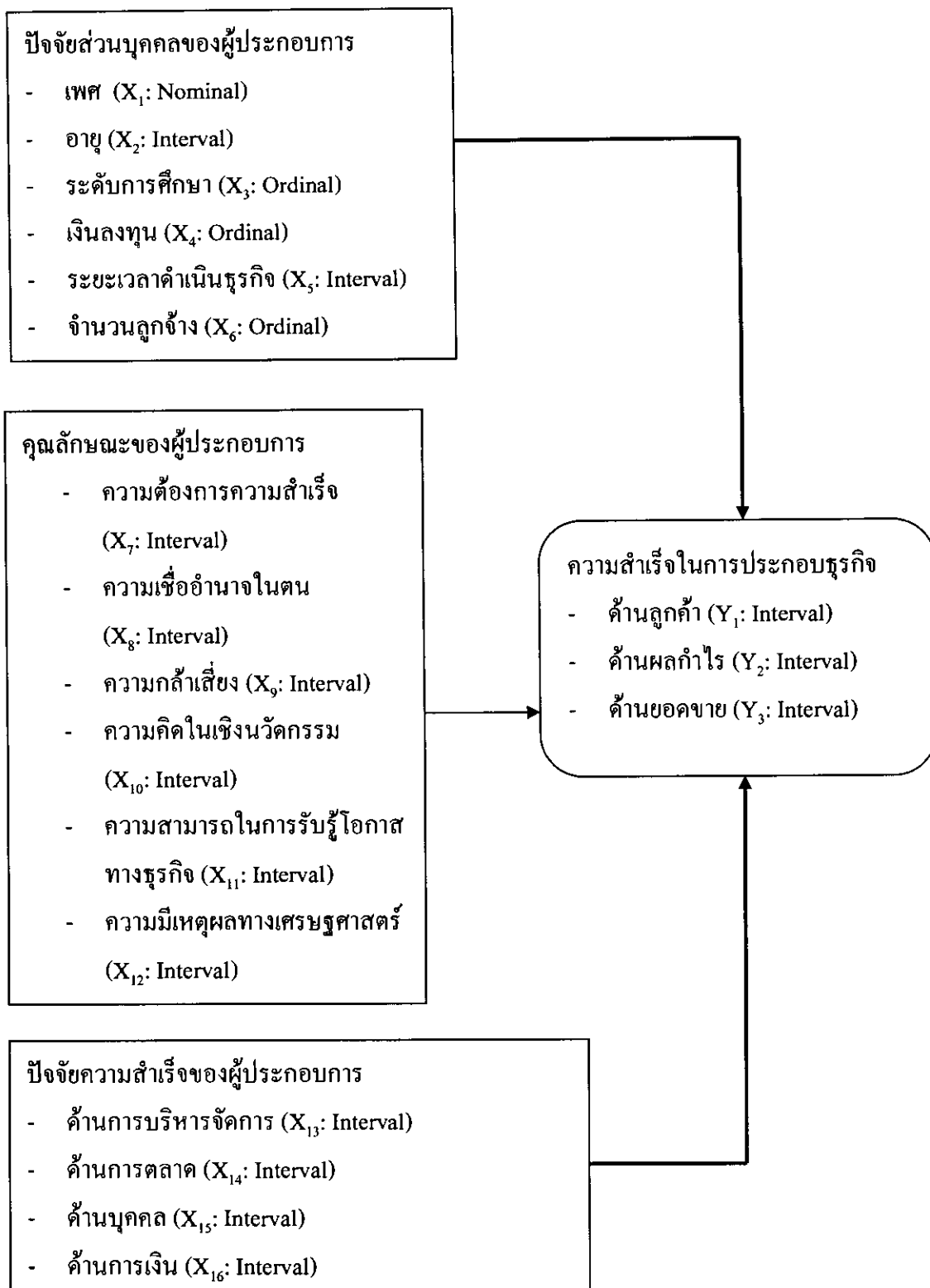
4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ศึกษาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจ เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

4.2 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง จำนวน 147 ราย ที่ก่อตั้งและดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี เป็นระยะเวลาที่ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดและมีโอกาสเจริญเติบโตในระยะยาว จากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 147 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม 2549) โดยสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น จำนวน 108 ราย

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ เขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการมีจำนวน 147 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัด 2549)

4.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน มิถุนายน 2554 – กุมภาพันธ์ 2555 รวมระยะเวลา 8 เดือน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน ธันวาคม 2554- มกราคม 2555

5. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทราบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

6.2 ทราบปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

6.3 ทราบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

6.4 ทราบความแตกต่างของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

6.5 ทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

6.6 ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

6.7 เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง รวมถึงผู้ที่สนใจจะดำเนินธุรกิจนี้ได้ใช้พัฒนาและปรับปรุงการวางแผนการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีอยู่ร่วมกัน และสามารถนำลักษณะเหล่านี้มาจำแนกได้ว่า ผู้ใด สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคตได้ ซึ่งประเมินได้จากหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

7.1.1 ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความต้องการที่จะบรรลุมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

7.1.2 ความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความคิดที่เชื่อว่าความสำเร็จ ความล้มเหลว หรือความเป็นไปได้จริงจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตน

7.1.3 ความกล้าเสี่ยง หมายถึง ความกล้าเสี่ยงในการทำกิจกรรมภายใต้สภาวะที่ไม่แน่นอน ซึ่งอาจประสบความสำเร็จ ความล้มเหลวเท่ากัน และยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร

7.1.4 ความคิดในเชิงนวัตกรรม หมายถึง การคิดริเริ่มสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้า การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

7.1.5 ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในช่องทางหรือโอกาสทางธุรกิจที่แฝงเร้นอยู่ พร้อมทั้งการแสดงให้เห็นถึงความสามารถที่จะดำเนินการตามช่องทางหรือโอกาสนั้นๆเพื่อนำประโยชน์มาสู่คนได้

7.1.6 ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

7.2 ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ โดยแบ่งตัวชี้วัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออกเป็น 4 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย

7.2.1 การบริหารจัดการองค์กร หมายถึง การดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการใดๆให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2.2 การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและการปฏิบัติตามแนวคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

7.2.3 การเงินและบัญชี หมายถึง การจัดทำบัญชี และรายงานทางการเงินของกิจการที่จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป หรือมาตรฐานการบัญชีสำหรับนำเสนอต่อผู้ใช้งบการเงินที่เป็นบุคคลภายนอกกิจการ เช่น นักลงทุน เจ้าหนี้ ลูกหนี้ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

7.2.4 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานในองค์กร มีการพัฒนาทักษะความรู้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม จะส่งผลดีต่อองค์กรธุรกิจ ทำให้องค์กรธุรกิจมีการเจริญเติบโตและพัฒนาไปในทางที่ดียิ่งขึ้น

7.3 ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย หรือให้ได้ผลเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งประเมินได้จาก หัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

7.3.1 ด้านลูกค้า หมายถึง ผู้รับบริการหรือผู้ใช้สินค้า และเป็นบุคคลที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญอยู่เหนือสิ่งอื่นใด และต้องพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการนั้นๆ ได้

7.3.2 ด้านผลกำไร หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้จากการประกอบธุรกิจนั้นๆ ที่มีรายได้มากกว่ารายจ่าย นั้นหมายถึงการแสดงถึงฐานะการเงินที่ดีในการประกอบการ

7.3.3 ด้านยอดขาย หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการที่ธุรกิจจะขายได้ โดยคำนวณจากผลการสำรวจตลาด และจำนวนประชากรที่เป็นเป้าหมายของสินค้าและบริการของธุรกิจ หรือความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ

7.4 ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง หมายถึง ร้านที่จำหน่ายสินค้าทุกชนิดที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่น อิฐ หิน ดิน ทราย ปูนซีเมนต์ เหล็ก กระเบื้อง สี สุขภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ในงานก่อสร้างทุกชนิด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง
ในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด และงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
 - 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ
 - 1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
2. แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ
3. แนวคิดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน
4. แนวคิดภูมิความรู้ความชำนาญ
5. แนวคิดเชาวน์เชิงปฏิบัติ
6. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กร
7. แนวคิดการบริหารการตลาด
8. แนวคิดการบริหารการเงินและบัญชี
9. แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

สุปราณี ศรีฉัตรากิมุข และ ไว จามรมาน (2544 : 4 - 7) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ”
หรือ “Entrepreneur” มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศสว่า “Entreprendre” หมายถึง บุคคลที่จัดตั้ง
องค์กรธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย
ดังมีตัวอย่างที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

สการ์โบเรธ และซิมเมอร์เรอร์ (Scarborough and Zimmerer 2003 : 3, อ้างถึงใน
นวรรตน์ ชนาพรรณ 2550 : 12 - 13) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ” หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่

ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นกักก

เฟรส์เซอร์ (Frese 2000) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ” หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งริเริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจ และแม็คคริมมอน (McCrimmon 1995 : 21, อ้างถึงใน นราเขต ยัมสุข 2552 : 7) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ” คือ บุคคลที่มีเจตจำนงในการเผชิญกับความเสี่ยงที่จะหาโอกาสขยายกิจการไปสู่ตลาดใหม่ๆ โดยการผลิตสินค้าใหม่ๆ ขึ้นมาและบริการยอดเยี่ยม บางโอกาสอาจทำตามแบบผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาแล้วก็ได้ ซึ่งต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ หรือมีเจตจำนงที่ต้องใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อการเสี่ยงโชค

วุฒิชัย จงคำนึ่งสีล (2547 : 21) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเอง ด้วยตนเองและพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือ และการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบการต้องเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะร่วมกันซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้

จากการให้นิยามความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของผู้ประกอบการในแง่มุมต่างๆได้ดังนี้

ด้านเศรษฐศาสตร์ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่นำปัจจัยการผลิต อันได้แก่ ทุน ที่ดิน และแรงงาน มาผสมผสานจัดสรร ทำการเสี่ยง และตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง (Killby 1971 : 2, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 14) รวมถึงเป็นผู้ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและตลาดในอุตสาหกรรมต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยความคิดที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งอื่น ในการก่อให้เกิดสินค้าและบริการชนิดใหม่ๆ ขึ้นมา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค (ธีรยุทธ วัฒนาสุโข 2542 : 66)

ด้านการบริหาร ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มธุรกิจขึ้นมา แล้วคอยผลักดันให้ธุรกิจก้าวหน้าไป เป็นผู้คอยป้อนพลังให้แก่ธุรกิจ (ปรีชา ทิระหุด และสุพัชรา มั่นพลศรี 2536 : 1) และทำให้ปัจจัยการผลิตต่างๆเปลี่ยนไป ด้วยการสละเวลา และความพยายามที่จำเป็น รวมถึงการเงิน ความคิด และความเสี่ยง (Hisrich and Peter 1988 : 8, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 14) อีกทั้งยังเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในธุรกิจใหม่ด้วยการใช้กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ กำไรและความเจริญ (จินตนา สุนทรธรรม และคณะ 2531 : 9)

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าอะไร จำนวนเท่าใด ใช้เทคนิคการผลิตอย่างไร โดยมีผลตอบแทนในการประกอบการ คือ กำไร ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของหน่วยผลิตเอง ผู้ประกอบการอาจเป็นเจ้าของเงินทุน เป็นเจ้าของหน่วยผลิต เป็นนักประดิษฐ์ ไปพร้อมกับผู้ประกอบการก็ได้ (เอี่ยมพร วงศาโรจน์ 2522 : 45)

ทั้งนี้ ด้านจิตวิทยา เฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 56) กล่าวว่า “ผู้ประกอบการ” หมายถึง บุคคลผู้เริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ

จากการให้ความหมายของผู้ประกอบการข้างต้น ผู้วิจัยสามารถให้นิยามโดยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูล วางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อดำเนินการก่อนตั้งธุรกิจ ผสมผสานและจัดสรรปัจจัยจำเป็น อันได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงาน และเทคนิคการบริหาร ด้วยแนวทางที่สร้างสรรค์ และทำหน้าที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนรับผิดชอบการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจนั้น ตลอดจนเป็นผู้ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุถึงผลลัพธ์ อันได้แก่ ผลกำไรและความพอใจ

1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ซูชัย สมิทธิไกร (2547 : 19) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ มีอยู่ร่วมกัน และสามารถนำลักษณะเหล่านี้มาจำแนกได้ว่าผู้ใดสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคตได้

โรบินสัน (Robinson 1991, อ้างถึงใน นราเขต ยิ้มสุข 2552 : 8) กล่าวว่า ลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) การชอบสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความเชื่ออำนาจในตน (Internal Locus of Control) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self - Confidence)

เซฟเวอ และสก็อต (Shaver and Scott 1991, อ้างถึงใน นราเขต ยิ้มสุข 2552 : 9) กล่าวว่า จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และความเชื่ออำนาจในการควบคุม (Locus of control) เป็นตัวแปรที่มีการศึกษาวิจัยที่มากที่สุด

แคร็ค (Carid 1993 : 11 - 20) ได้นำแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ มาประมวลผลเพื่อสรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการและนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ 300 คน ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญประกอบด้วย (1) ความต้องการ

ความสำเร็จ (Need for Achievement) (2) ความเชื่อมั่นอำนาจในตน (Internal Locus of control) (3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) และ (4) ความคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovativeness) อย่างไรก็ตาม การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพียง 4 ด้าน อาจไม่เพียงพอในการอธิบายคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในงานวิจัยของ สุรพล เพิ่มผล (2532) พบว่า มีคุณลักษณะนอกเหนือจาก 4 คุณลักษณะข้างต้นอีก 2 คุณลักษณะ คือ ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจและความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการใน 6 ด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.2.1 ความต้องการความสำเร็จ ความหมายของความต้องการความสำเร็จไว้แตกต่างกัน ดังนี้

แมคคลีแลนด์ (McClelland 1968, อ้างถึงใน นราเขต ยัมสุข 2552 : 9) กล่าวว่า ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หมายถึง พลังขับเคลื่อนที่สำคัญประการหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังการกระทำของมนุษย์และเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการ และเป็นที่เชื่อกันว่า หากบุคคลใดมีความต้องการความสำเร็จสูง จะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จและสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดผลตามมา คือ มีความเป็นไปได้อย่างสูงที่จะแสดงพฤติกรรมและความสามารถในการประกอบการ

เมอร์เรย์ (Murray 1964 : 19, อ้างถึงใน นราเขต ยัมสุข 2552 : 9) กล่าวว่า ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำงานยาก ๆ ให้สำเร็จ รักษามาตรฐานการทำงานที่สูงไว้และเต็มใจที่จะทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีความรู้สึกต่อการแข่งขันในทางบวก และเต็มใจที่จะลงแรงเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นเลิศ

แอตกินสัน (Atkinson 1966 : 240 - 241, อ้างถึงใน นราเขต ยัมสุข 2552 : 10) กล่าวว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการรับรู้ว่าการกระทำของตนเองได้รับการประเมิน เปรียบเทียบกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม ผลจากการประเมินจะก่อให้เกิดความพอใจเมื่อทำสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากเป็นความสำเร็จในงานที่ยากและท้าทาย หรือเป็นผลการกระทำที่เกิดจากการใช้ทักษะไม่ใช่ขึ้นอยู่กับความบังเอิญ

จากความหมายของความต้องการความสำเร็จกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความต้องการที่จะบรรลุมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

ลักษณะของผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จ

แมคคลีแลนด์ (McClelland 1961, อ้างถึงใน อัมพิกา ไกรฤกษ์ 2532 : 45) ได้สรุปลักษณะของบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จ มีลักษณะ ดังนี้

1. กล้าเสี่ยงพอสมควร (Moderate Risk-taking) คือ มีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยว บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะไม่พอใจที่จะทำสิ่งง่าย ๆ ต้องใช้ความสามารถมาก โดยทำสิ่งที่ยากพอเหมาะกับความสามารถของตนเอง และการทำสิ่งที่ยากได้สำเร็จนั้น จะทำให้ตนเองพอใจและเกิดความมั่นใจในตนเอง ในทางตรงกันข้าม ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จต่ำ มักไม่กล้าเสี่ยง เพราะกลัวไม่สำเร็จ หรือไม่กล้าเสี่ยงจนเกินไป ทั้ง ๆ ที่รู้ว่าจะทำไม่สำเร็จ แต่ก็พึงโชค (McClelland 1961, อ้างถึงใน อัมพิกา ไกรฤกษ์ 2532 : 45)

2. ความกระตือรือร้น (Energetic) หรือ ความขยันขันแข็งในการกระทำสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูง มีความมานะ พากเพียรต่อสิ่งที่ท้าทาย ท้าทายความสามารถของตนเอง และทำให้ตนเองสำเร็จลุล่วงไป

3. ความรับผิดชอบต่อตนเอง (Individual Responsibility) ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จะมีความพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อความพึงพอใจของตนเอง ต้องการปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้นและไม่ชอบให้ผู้อื่นมาบงการ

4. ต้องการทราบผลของการตัดสินใจ (Knowledge of Results of Decision) ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะติดตามผลการกระทำของตน และนำไปพิจารณาหากมีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดจะพยายามแก้ไขปรับปรุงให้ดีกว่าเดิม

5. คาดการณ์ล่วงหน้า (Anticipation of Future Possibilities) ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูงเป็นผู้ที่มีแผนการระยะยาว (Long-Range Planning) เพราะมองการณ์ไกลได้ไกลกว่าผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จต่ำ

6. มีทักษะในการจัดระบบงาน (Organization Skill) ผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จสูงเป็นผู้ที่มีทักษะในการจัดระบบงาน

1.2.2 ความเชื่ออำนาจในตน (Internal Locus of Control)

การเชื่ออำนาจในตนมีวิวัฒนาการมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) สร้างขึ้นโดยจิตวิทยาชาวอเมริกัน ชื่อ รอทเทอร์ (Rotter 1996, quoted in Caird 1993 : 14) ซึ่งตั้งข้อสังเกตว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ทางสังคม เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเสริมแรงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะเรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ

สำหรับความหมายของความเชื่ออำนาจในตน รอทเทอร์ (Rotter 1996, อ้างถึงใน นราเชต ยัมสุข 2552 : 12) กล่าวว่า ความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความคิดที่เชื่อว่าความสำเร็จ ความล้มเหลวหรือความเป็นไปได้จริงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเป็นผลมาจากความสามารถ ทักษะ หรือการกระทำของตนเองบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนเป็นบุคคลที่มีความ

กระตือรือร้น และเมื่อประสบความสำเร็จแล้วจะมีความพยายามปรับปรุงพัฒนาความสามารถและการกระทำของตนอยู่เสมอเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

รอตเทอร์ (Rotter 1996, อ้างถึงใน นราเขต อัมสุข 2552 : 12) กล่าวว่า ความเชื่ออำนาจในตน เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญประการหนึ่งเนื่องจากผู้ประกอบการที่มีความเชื่ออำนาจในตนเองจะใช้ความสามารถและความพยายามที่จะต่อสู้ แข่งขัน และฝ่าฟันทางธุรกิจไปสู่ความสัมฤทธิ์ผล

สตรีกแลนด์ (Strickland, อ้างถึงใน สิริพันธุ์ โฉมอุดม 2545 : 63 - 64) ได้กล่าวสรุปถึงบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนและความเชื่ออำนาจนอกตนในลักษณะต่าง ๆ กันดังนี้

1.2.2.1 การต่อต้านและคล้อยตามต่ออิทธิพลทางสังคม (Resistance and Conformity of Social Influence) ความเชื่ออำนาจในตน และความเชื่ออำนาจนอกตนเองมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามผู้อื่น และพฤติกรรมให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิด บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนเอง จะมีการตัดสินใจที่มั่นคงเด็ดเดี่ยว เมื่ออยู่ภายใต้ความกดดันทางสังคม ผู้ที่มีความเชื่ออำนาจในตนจะแสดงอาการต่อต้าน และมีปฏิกิริยาคัดค้านที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง รวมทั้งมีความต้องการที่จะรักษาอำนาจของตนไว้และปฏิเสธอิทธิพลต่าง ๆ ที่มาจากที่อื่น แต่บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจภายนอกตนมักยอมแพ้ต่อแรงกดดันจากภายนอก

1.2.2.2 การค้นหาข้อมูลการทำงาน (Information Seeking and Task Performance) บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนจะมุ่งอยู่กับการทำงาน โดยไม่คำนึงถึงอิทธิพลของสังคม และมีการทำงานอย่างเป็นระบบและมีระเบียบ บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนจะใช้กระบวนการแก้ปัญหาในการทำงาน ก่อนตัดสินใจแต่ละครั้งต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนมักแสดงความชื่นชมต่อความสำเร็จในงานที่ยากและจะแสดงความไม่พอใจหากประสบความสำเร็จในงานที่ง่าย ๆ และมีความตั้งใจในการศึกษาหาความรู้ สามารถค้นหาสิ่งแปลกใหม่ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่ดี บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตน มักสนใจต่อการทำงานมากกว่าสิ่งแวดล้อม

1.2.2.3 พฤติกรรมความสำเร็จและความสามารถ (Achievement and Competence Behavior) บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อพฤติกรรมความสำเร็จ ซึ่งมองว่าความสำเร็จเป็นรางวัลอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้บุคคลมีความเชื่อว่าความสามารถของตนเองมากกว่าบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจนอกตนที่ต้องการความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น

1.2.2.4 พฤติกรรมระหว่างบุคคล (Interpersonal Behavior) บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตน จะเป็นบุคคลที่เข้าสังคมได้ดีในหมู่เพื่อน และเข้ากันได้ดีกับบุคคลที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน

โดยไม่มีความรู้ที่กล้าปากใจ ผู้ที่มีความเชื่ออำนาจในตนมักอารมณ์ดี ไม่โกรธง่าย มีสัมพันธภาพที่ดี และเป็นบุคคลที่ดึงดูดความสนใจ

1.2.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ไมเนอร์ สมิธ และแบลคเกอร์ (Miner, Smith and Bracker 1989, อ้างถึงใน ชูเกียรติ จากใจชน 2546 : 15) กล่าวว่า ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรับความเสี่ยงและสามารถจัดการกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนนั้น โดยใช้ความพยายามของตนเอง

วุฒิชัย จงกำนิงศีล (2547 : 33) กล่าวว่า ความเสี่ยงเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะเป็นความกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล เป็นความกล้าเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม (Moderate Risk Taking) คือ ไม่กล้าอย่างบ้าบิ่น แต่ขณะเดียวกันก็ไม่น้อยเกินไปจนกลายเป็นคนขลาด ไม่กล้าตัดสินใจ

นาถ พันธุมนาวิน (2544 : 8) กล่าวว่า ความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการ หมายถึง ความกล้าเสี่ยงในการทำกิจกรรมต่างๆภายใต้ภาวะที่ไม่แน่นอน ซึ่งอาจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว 50/50 และยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร

ประเภทของความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการ

เฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 18) ได้จำแนกประเภทของความกล้าเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้
2. กล้าเสี่ยงใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ
3. กล้ากู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อดำเนินธุรกิจ

Lambing and Kuchi (1997 : 12 – 15, อ้างถึงใน นราเขต ยิ้มสุข 2552 : 15) กล่าวว่า นอกจากต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องสามารถจัดการด้านความเสี่ยง (Management of Risk) โดยมีการวางแผนและประเมินตนเองว่ามีโอกาสที่สร้างกำไรหรือผลประโยชน์คุ้มค่าหรือไม่ก่อนดำเนินการ แม้บุคคลทั่วไปอาจมองว่าผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่ในความเสี่ยงสูง แต่ถ้าผู้ประกอบการสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้ ผู้ประกอบการจะมีโอกาสพลาดน้อยที่สุดหรือมีแนวโน้มทำให้ธุรกิจดำเนินการไปได้มากที่สุด

1.2.4 ความคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovativeness)

เฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 18) กล่าวว่า ความคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้า การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

ซูเกียรติ จากใจชน (2546 : 17) ได้ทำการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดเชิงนวัตกรรมจากนักวิชาการหลายท่าน (Cunning and Lischeron 1991 ; Verper 1980 ; Gartner 1990) ซูเกียรติ จากใจชน พบว่า ความคิดในเชิงนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้วยวิธีการใหม่ๆและมีเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่เหมือนใคร

ซูเกียรติ จากใจชน (2546 : 17) กล่าวว่า ความคิดในเชิงนวัตกรรมเป็นคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้าใหม่ ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตน

1.2.5 ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ (The Abilities to Perceive Business Opportunities)

ชลยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) กล่าวว่า ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในช่องทางหรือโอกาสทางธุรกิจที่แฝงเร้นอยู่ พร้อมทั้งการแสดงให้เห็นถึงความสามารถที่จะดำเนินการตามช่องทางหรือโอกาสนั้นๆ เพื่อนำประโยชน์มาสู่ตนเองได้ แลมบิง และคูชิ (Lambing and Kuchi 1997 : 12 – 15, อ้างถึงใน นราเชต ยิ้มสุข 2552 : 17) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมักมองหาการเปลี่ยนแปลงเพราะนั่นเป็นโอกาสสำคัญที่คนส่วนใหญ่มักหลีกเลี่ยง แต่ผู้ประกอบการจะมีความกล้าและอดทนที่จะให้เป็นโอกาสของตนเอง ซึ่งนอกจากการรับรู้และความสามารถในการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงได้ยังต้องสามารถแสวงหาโอกาสได้ด้วย

1.2.6 ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Rationality)

รัตนา สายคณิต และ ชลลดา จามรกุล (2545 : 2) กล่าวว่า เศรษฐศาสตร์เป็นศาสตร์ทางสังคมที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์และสังคมในการตัดสินใจเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ประโยชน์ได้หลายทาง ใช้ผลิตสินค้าและบริการต่างๆอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพทางเทคนิคสูงสุด รวมทั้งหาทางจำแนกแจกจ่ายสินค้าและบริการเหล่านั้นไปยังบุคคลในสังคมให้ได้รับความพอใจและมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจสูงสุด

แมคเคลแลนด์ (McClelland 1976, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ ตรีนาจ 2546 : 7 - 9) ได้ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการว่าต้องมีการมุ่งกำไร เนื่องจากกำไรสำหรับผู้ประกอบการนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ การทำให้คุณค่าของเงินไม่ใช่ในฐานะของเงิน แต่มองว่าผลกำไรเป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จ

1.3 ภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการ

Wickham (2001 : 7 – 11, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 15) กล่าวว่า ภาระหน้าที่ที่สำคัญของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1.3.1 เป็นเจ้าขององค์กร : ผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ลงทุนและถือหุ้นในกิจการ รวมทั้งต้องเป็นผู้จัดการธุรกิจด้วย

1.3.2 เป็นผู้ก่อตั้งองค์กร : ผู้ประกอบการ คือ บุคคลซึ่งทำหน้าที่ก่อตั้งองค์กรทางธุรกิจเป็นผู้รับหน้าที่ในการนำปัจจัยแวดล้อมขององค์กร ได้แก่ คน ทรัพย์สิน และทรัพยากรการผลิต มารวมกัน และจัดการกับปัจจัยเหล่านั้น

1.3.3 เป็นผู้นำนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาด : ผู้ประกอบการต้องทำและนำสิ่งที่ใหม่หรือยังไม่เคยมีเข้าสู่ตลาด นวัตกรรมนี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ การบริการ วิธีการขนส่งสินค้า ตลอดจนวิธีการบริหารงาน

1.3.4 เป็นผู้ระบุโอกาสทางการตลาด : ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์สภาพธุรกิจ จับตามอง เพื่อหาโอกาสหรือช่องว่าง ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพในโลกธุรกิจ

1.3.5 เป็นผู้นำความรู้ความชำนาญมาใช้ : ผู้ประกอบการเป็นผู้นำความรู้ความชำนาญของตนที่มีอยู่มาใช้ในการดำเนินงาน จัดสรรทรัพยากร สร้างสิ่งใหม่ๆ และจุดประกายโอกาสทางธุรกิจให้เกิดขึ้น

1.3.6 เป็นผู้นำ : ความเป็นผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เนื่องจากความเป็นผู้นำ คือ หัวใจสำคัญของความสำเร็จในการบริหารจัดการ

1.3.7 เป็นผู้จัดการ : ในหลายๆสถานการณ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำงานในหน้าที่ของผู้จัดการ

1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตและความสำเร็จของผู้ประกอบการ

Egger (1999 : 76 - 81, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 15) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันผู้ประกอบการให้เติบโตและประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1.4.1 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและขนาดตลาด ช่องทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันถือเป็นโอกาสขององค์กรที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จด้วยศักยภาพทางการขายที่มีอยู่ ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่สำคัญ คือ ขอบเขตของตลาดที่เหมาะสม จำกัดจำกัดในด้านเวลาของช่องทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และอายุของสินค้าหรือบริการที่สามารถอยู่ในตลาดได้ (Shelf Life)

1.4.2 คุณลักษณะทางจิตวิทยา เป็นความสามารถของผู้ประกอบการแต่ละคนที่จะปรับตัวเพื่อเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 5 ประการ (Egger 1999 : 76 - 81, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 16) ได้แก่

1.4.2.1 ความต้องการอิสระ

1.4.2.2 ความอดทนต่อสภาวะความเสี่ยง

1.4.2.3 ความต้องการประสบความสำเร็จ

1.4.2.4 ความต้องการมีอิทธิพลทางสังคมหรือมีอำนาจในการจูงใจ

1.4.2.5 ความต้องการเป็นผู้มีอำนาจอย่างมีจริยธรรม

1.4.3 ทักษะความสามารถในการบริหารจัดการนำไปสู่การเติบโต ทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างและจัดการกับการเปลี่ยนแปลง การสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุน

1.4.4 วัฒนธรรมองค์กรที่ผลักดันให้เกิดการเติบโต ลักษณะของวัฒนธรรมที่สำคัญ ประกอบด้วย การเอาใจใส่ผู้ได้บังคับบัญชา และการให้รางวัลแก่ผลงานที่จับต้องได้ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการสนับสนุนให้วัฒนธรรมดังกล่าวคงอยู่ในองค์กร

1. 5 คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2527 : 26 - 29) และ ดนัย เทียมพุม (2531 : 70) ได้ทำการศึกษาและสรุปลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ไว้สอดคล้องกันดังนี้

1.5.1 ความใฝ่สัมฤทธิ์ คือ ความมุ่งมั่นที่จะทำงานได้ดีเลิศเท่าที่พลังความสามารถและสติปัญญาเอื้ออำนวย เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะวางแผนการทำงานและตั้งมาตรฐานการทำงานสำหรับตนเองไว้สูง แล้วลงมือทำอย่างแข็งขันจนสำเร็จ และรู้สึกพอใจอย่างยิ่งเมื่อผลงานออกมามีเยี่ยม ด้านธุรกิจจุดมุ่งหมายของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ การสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจส่วนผลกำไรเป็นเพียงเครื่องชี้วัดการทำงานว่าทำได้ดีเพียงใด (อาทิตย์ วุฒิกะโร 2527 : 26 - 29 และ ดนัย เทียมพุม 2531 : 70)

1.5.2 ความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะทำการเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ได้ประเมินแล้วว่าความสามารถที่มีอยู่ของตนเพียงพอที่จะทำงานนั้นให้บรรลุเป้าหมาย

1.5.3 ความกระตือรือร้น มานะอดทน ไม่ย่อมนิ่งและทำงานหนัก ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นบุคคลที่มีชีวิตเต็มเปี่ยมไปด้วยพลัง มีพลังในการฟันฝ่าอุปสรรค พร้อมเสมอที่จะเผชิญกับงานอันหนักหน่วงที่ยาวนาน และรู้ว่าเวลาใดควรทำอะไร เวลาใดควรพักผ่อน

1.5.4 ความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนและแสดงออกด้วยความมั่นใจ มีความเชื่ออยู่เสมอ ไม่ว่าสถานการณ์เป็นเช่นไร จะสามารถพึ่งตนเองได้ คนอื่นหรือปัจจัยอื่นเป็นเพียงแค่ตัวสนับสนุน หรือเป็นเพียงอุปสรรคที่ต้องแก้ไขเท่านั้น

1.5.5 การเรียนรู้จากประสบการณ์ คือ การเป็นผู้ค้นหาข้อเท็จจริงจากผลสะท้อนกลับ (Feed-back) (อาทิตย์ วุฒิกะโร 2527 : 26 - 29 ; ดนัย เทียมพุด 2531 : 70) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นคนมีเหตุมีผล ยึดหยุ่นไม่ยึดติดกับผลงานหรือโครงการที่ได้วางเอาไว้ ชอบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นๆ ปรึกษาและรับฟังคำวิจารณ์ข้อแนะนำต่างๆ จากผู้รู้

1.5.6 ความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจหรือการกระทำใดๆ ของตน ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าความสำเร็จต่างๆที่เกิดขึ้นมาจากความสามารถ ความรับผิดชอบ และความเอาใจใส่ของตน

1.5.7 ความหวังในอนาคต ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นบุคคลที่มองอนาคต มองโลกและเหตุการณ์ต่างๆในแง่ดี มองเห็นโอกาสที่จะแก้ไขได้เสมอ และมองหาโอกาสทางธุรกิจ พร้อมทั้งวางแผนและกำหนดแนวทางธุรกิจไว้ล่วงหน้า รวมทั้งเตรียม กลยุทธ์ต่างๆ ไว้เพื่อนำมาใช้หากเกิดปัญหาหรืออุปสรรคขึ้น

1.5.8 ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจ ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีความสามารถในการชักจูงหรือโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น เนื่องจากผู้ประกอบการต้องใช้ทั้งความสามารถของตนเองและความร่วมมือจากบุคคลอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีไหวพริบในการผลักดันให้ผู้อื่นทำงานให้ได้ผลตามที่ต้องการ

1.5.9 ความรอบรู้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักมีการศึกษาไม่สูงนักแต่บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้เฝ้าหาความรู้จากแหล่งต่างๆ เสมอไม่ว่าจากการอ่าน การอบรม สัมมนา การปรึกษาแนะนำจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการได้พบเห็นของจริงๆ ความรอบรู้จะทำให้บุคคลเป็นผู้มีทัศนคติเปิดกว้างและมองการณ์ไกล ทั้งนี้ ความรู้ประการแรกที่ผู้ประกอบการจะต้องรู้และทำความเข้าใจให้ชัดเจน คือ ความรอบรู้เกี่ยวกับงานที่ตนทำ และต้องมีความรู้ทั่วไป ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และกฎหมาย (อาทิตย์ วุฒิกะโร 2527 : 26 - 29 ; ดนัย เทียมพุด 2531 : 70)

1.5.10 ความสามารถในการบริหาร ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีลักษณะเป็นผู้นำในการบริหารจัดการ เช่น การวางแผน การตัดสินใจ การสั่งการ การจัดคน เพราะ

ผู้ประกอบการเป็นผู้ทำหน้าที่รวบรวมปัจจัยการผลิต อันได้แก่ ทุน ที่ดิน เครื่องจักรอุปกรณ์ แรงงาน วัตถุดิบ และสิ่งอื่นๆ

1.5.11 ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักจะ ไม่ค่อยพอใจกับสภาพที่เป็นอยู่ โดยบุคคลเหล่านี้เชื่อว่า ยังมีวิธีการใหม่ๆ และดีกว่าเดิมในการสร้างสรรค์ (Creativity) และนวัตกรรม (Innovation) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา รู้ถึงปัจจัยต่างๆอย่างลึกซึ้ง และมองเห็นโอกาสที่จะหยิบมาสร้างสรรค์ได้ตลอดเวลา

1.5.12 ความเป็นนักขาย ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการโน้มน้าวคนอื่นให้ยอมรับในเรื่องราวของความคิดและสิ่งต่างๆที่ได้เสนอไป

ทั้งนี้ ไมเนอร์ (Miner 1996, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 18) ได้ทำการศึกษาการเป็นเจ้าของกิจการและเหตุผลที่ทำให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว โดยสรุปว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้ประกอบการเกิดจากการที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการมิได้มีเพียงประเภทเดียวและผู้ประกอบการแต่ละประเภทมีคุณลักษณะเฉพาะตัวและมีวิถีทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จแตกต่างกันไป คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทำให้สามารถแบ่งได้ตามบุคลิกภาพได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้วยตนเอง (Personal Achiever) มีคุณลักษณะดังนี้

- 1.1 ต้องการความสำเร็จ
- 1.2 ประารถนาที่จะรับรู้ผลสะท้อนกลับ
- 1.3 ประารถนาที่จะวางแผนและกำหนดเป้าหมายด้วยตนเอง
- 1.4 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูง
- 1.5 มีความผูกพันกับองค์กรของตนเองเป็นอย่างมาก
- 1.6 เชื่อว่าบุคคลเพียงคนเดียวสามารถสร้างความแตกต่างได้
- 1.7 เชื่อว่างานต้องเป็นไปตามเป้าหมายของตนไม่ใช่ของบุคคลอื่น

2. ผู้ประกอบการยอดนักขาย (The Super Sales Person) มีคุณลักษณะดังนี้

- 2.1 มีความสามารถในการเข้าใจและรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น
- 2.2 ประารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่น
- 2.3 เชื่อว่ากระบวนการทางสังคมเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง
- 2.4 ต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น
- 2.5 เชื่อว่าพลังทางการขายเป็นหัวใจสำคัญขององค์กร

3. ผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดการตัวจริง (The Real Manager) มีคุณลักษณะดังนี้

- 3.1 ปราารถนาที่จะเป็นผู้นำขององค์กร
- 3.2 มีความเด็ดขาด
- 3.3 มีทัศนคติทางบวกต่อผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าตน
- 3.4 ปราารถนาที่จะได้แข่งขัน
- 3.5 ปราารถนาที่จะมีอำนาจ
- 3.6 ปราารถนาที่จะเด่นดังกว่าคนอื่นๆในกลุ่ม

4. ผู้ประกอบการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการคิด (The Expert Idea Generator)

มีคุณลักษณะดังนี้

- 4.1 ปราารถนาที่จะทำสิ่งใหม่ๆ
- 4.2 ชอบคิดฝัน
- 4.3 เชื่อว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเป็นกลยุทธ์สำคัญขององค์กร
- 4.4 ไหวพริบปฏิภาณดีเยี่ยม
- 4.5 หลีกเลียงสภาวะที่ความเสี่ยง

นอกจากนี้ เฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 18 - 19) ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็ของผู้ประกอบการและได้สรุปลักษณะที่สำคัญไว้ 8 ประการดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) เป็นความสามารถและความปราารถนาที่จะจัดการควบคุมสิ่งต่างๆด้วยตนเองในเรื่องที่เกี่ยวกับโอกาสในการดำเนินการ (Frese 2000 : 18 - 19) บุคคลที่มีความเป็นตัวของตัวเองนี้จะตัดสินใจและกระทำการต่างๆอย่างเป็นอิสระไม่พึ่งพาอาศัยใคร

2. นวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การมีแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการ และขบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ๆ (Frese 2000 : 18 - 19)

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ซึ่งความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลางที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ (Frese 2000 : 18 - 19)

4. การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressiveness) เป็นการสร้างความยากลำบากให้กับคู่แข่งที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน ผู้ประกอบการเชิงรุกจะพยายามกระทำให้โดดเด่นเหนือกว่าเพื่อให้คู่แข่งออกไปจากตลาด (Frese 2000 : 18 - 19)

5. ความมั่นคงสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ผู้ประกอบการจะไม่รู้สึกสะเทือนทางอารมณ์และไม่ท้อแท้เมื่อเผชิญกับสิ่งที่ผิดพลาด แต่ในทางตรงกันข้ามจะเรียนรู้จากประสบการณ์นั้นๆ (Frese 2000 : 18 - 19)

6. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความสนใจในงานที่มีลักษณะท้าทาย ซึ่งจะเป็นสิ่งจูงใจให้ทำให้อย่างยิ่งๆขึ้นไป แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทำให้บุคคลมีความรับผิดชอบ และค้นหาข้อมูลสะท้อนกลับเกี่ยวกับคุณภาพของงานที่ตนได้ทำไป

7. ความซื่อสัตย์ของบุคคล (Personal Integrity) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการค่อยๆ ซึมซับความรู้สึกความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบของตน (Frese 2000 : 18 - 19)

8. คตินิยมประเพณีและแนวความคิดสมัยใหม่ (Traditionalism and Modernism) หมายถึง ทศนคติที่มีต่อโลกธุรกิจและเทคโนโลยี (Frese 2000 : 18 - 19) การใส่ใจต่อธรรมเนียมปฏิบัติ และทัศนคติต่อการปกครองถูกจ้าง ตลอดจนการเคร่งครัดในหลักศาสนา

จากการศึกษาแนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการคือบุคคลที่ก่อตั้งองค์กรธุรกิจ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล วางแผน เพื่อดำเนินธุรกิจ จัดสรรปัจจัยที่จำเป็น ได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงาน เทคนิคการบริหารด้วยแนวทางที่สร้างสรรค์ ทำหน้าที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนรับผิดชอบการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจนั้น มีผลตอบแทนเป็นกำไร ตลอดจนเป็นผู้ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์

2. แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความสำเร็จไว้ดังนี้

นิตย์ สัมพันธ์ (2542 : 10) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจเป็นความสามารถของผู้ประกอบการที่จะตั้งเป้าหมาย วางแผน ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

เฟรส์เชอร์ (Frese : 2000) กล่าวว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ

การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ

การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ สามารถวัดได้จากผลกำไร หรือจำนวนพนักงาน หรือความมั่นคงของธุรกิจ หรือทุกด้าน อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

เคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan and Norton 1992 : 71 - 79, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 20) กล่าวว่า ระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการวัดด้านการเงินเป็นหลัก แต่การวัดด้านการเงินเป็นเพียงการบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ในอดีต ซึ่งเหมาะสมกับยุคของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ลงทุนในกำลังการผลิตสำหรับระยะยาว และความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่ใช่จุดสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ทั้งหมด ปัจจุบันธุรกิจก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าในอนาคตโดยผ่านการลงทุนด้านลูกค้า ผู้ร่วมค้า พนักงาน กระบวนการธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้น การวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางด้านการเงินแล้วยังวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมประกอบด้วยกัน

เฟรส์เชอร์ (Frese 2000 : 145 - 155) ได้ทำการศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศ แชมเปีย ยูกันดา อาฟริกาใต้ และซิมบับเว ระหว่างปี 1997-1998 โดยใช้วิธีการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ 4 วิธี ดังนี้

1. ความพึงพอใจของตัวบุคคล ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดความสำเร็จด้วยตนเอง มักใช้ความเห็นในด้านการเงินเป็นตัวสะท้อนธุรกิจและความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจากการดำเนินธุรกิจ
2. ระดับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ พิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลกำไร และยอดขาย 1-2 ปี ล่าสุด
3. ความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงาน การวัดจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้าและพนักงานในด้านการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ
4. วัดจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์ พิจารณาจากความประทับใจในความสำเร็จของผู้ประกอบการ ใช้ผู้สัมภาษณ์ในการสังเกตจำนวนสองคน แล้วนำผลมาหาความเชื่อมั่นของผู้สัมภาษณ์แต่ละคน ซึ่งมีการให้คะแนนตามที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับย่อย ในการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ ระดับ 1 หมายถึง ไม่ประสบความสำเร็จ ระดับ 2 หมายถึงค่อนข้างไม่ประสบความสำเร็จ ระดับ 3 หมายถึง ประสบความสำเร็จปานกลาง ระดับ 4 หมายถึงค่อนข้างประสบความสำเร็จ และระดับ 5 หมายถึง ประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้ เฟรส์เชอร์ (Frese 2000) ได้เสนอเครื่องมือสำหรับใช้ประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการตามที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

1. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จของบุคคล เป็นการประเมินความสำเร็จโดยตัวผู้ประกอบการเอง มีการถามผู้ประกอบการถึงความสำเร็จของตนในความคิดเห็นของบุคคลอื่น (Frese 2000) สถานะทางการเงินที่สะท้อนสภาพธุรกิจ และความพึงพอใจในรายได้ที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจ

2. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จทางเศรษฐกิจ เป็นการประเมินข้อมูลทางการเงิน มีการถามผู้ประกอบการถึงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนลูกค้า ผลกำไร และยอดขาย ในช่วง 1 ถึง 2 ปี ล่าสุดว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง (Frese 2000)

3. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จของหน่วยธุรกิจด้วยแผนภาพ เพรสเซนดอร์ฟเฟอร์ บรูเคร์ล และ ซิกเกอร์ (Presisendoerfer, Beuederl, and Ziegler 1992, quoted in Frese 2000) ทำการประเมินผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจประสบความสำเร็จด้วยแผนภาพ

4. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ ที่ประเมินโดยผู้สัมภาษณ์ ซึ่งจะทำการประเมินความสำเร็จโดยรวมจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์

การศึกษานี้ชี้ว่าการวัดความสำเร็จด้วยการประเมินผลสำเร็จโดยรวมให้ผลการวัดที่เป็นประโยชน์ เนื่องจากผลการวัดที่ได้เป็นอิสระจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการเองแม้ว่าการวัดทางเศรษฐกิจจะเป็นผลการวัดที่น่าจะเป็นรูปธรรมมากกว่า แต่ยังมีปัญหาอยู่บ้าง เช่น เมื่อต้องการข้อมูลทางธุรกิจย้อนหลัง 2 หรือ 3 หรือ 5 ปี แต่ปรากฏว่าธุรกิจหรือองค์กรเพิ่งก่อตั้งมาเพียง 1 หรือ 2 ปีเท่านั้น ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำข้อมูลขององค์กรนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ได้

นิตย สัมภาษณ์ (2542 : 10-21) ได้ให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จของธุรกิจไว้ดังนี้

1. พิจารณาจากผลิตภาพ (Productivity) หมายถึง อัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัยนำเข้า (Inputs) ที่ใช้ในความหมายนี้สามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

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

ปัจจัยนำเข้า (Inputs)

จากสูตรดังกล่าวทำให้ผลิตภาพมีความหมายเดียวกันกับประสิทธิภาพ คือ ความสามารถที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่ออกมาใช้ได้อย่างดีที่สุด ในการพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย หรือที่ (Drucker, อ้างถึงใน นิตย สัมภาษณ์ 2542 : 15) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ คือ การลงมือทำสิ่งต่างๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม (Doing Thing Right)

2. พิจารณาจากกำไร (Profit) การใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดนี้มักเป็นเรื่องระยะสั้นอย่างมากคือ 1 ปี และเมื่อรู้ว่ามีกำไรมากหรือน้อยก็เป็นเรื่องของอดีตไปแล้ว ดังนั้นจึงมีการกล่าวถึงกำไรสูงสุดระยะยาว (Long-term Profit Maximization)

นอกจากนี้ ปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ (Drucker, Peter F, อ้างถึงใน นิตย สัมภาษณ์ 2542 : 18 - 21) ได้เสนอ “ตัววัด” ความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) โดยระบุเป็น “ตัวแปร” หรือ “ผลงานสำคัญ” (Major Result Areas) ด้านต่างๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 “ตัวแปร” และ “ผลงานสำคัญ” ระดับกลยุทธ์ 9 ด้าน

ผลงานสำคัญ	คำอธิบาย
1. สถานภาพทางการตลาด (Market Position)	วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้าน “ฐานะทางการตลาด” (Market Standing) “ส่วนแบ่งตลาด” (Market Share) ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่งสร้าง “ความภักดีจากลูกค้า” (Customer Loyalty)
2. คุณภาพ (Quality)	รักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการของบริษัท
3. นวัตกรรม (Innovation)	มีสัมฤทธิ์ภาพในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ รวมทั้งกระบวนการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	ทะนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันก่อรูปด้วย จริยธรรม รวมทั้งแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ เช่น มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตโดยรวม เป็นต้น
5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)	สรรหา พัฒนา และทะนุบำรุงรักษา ทรัพยากรบุคคลทุกระดับ ให้มีคุณภาพสูง ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน
6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resource)	จัดหา เก็บรักษาและจัดการทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม
7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resource)	จัดหา สร้าง และซ่อมบำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ (เช่น อาคารสถานที่ โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ และเทคโนโลยี) ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งมีการนำมาใช้อย่างเหมาะสม
8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency)	มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภท ทุกชนิด อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าและ/หรือให้บริการด้วยต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลงานสำคัญ	คำอธิบาย
9. การทำกำไร (Profitability)	ระดับกำไรจะต้องเหมาะสม (ไม่ต่ำเกินไปและไม่สูงจนเป็น การกำไรเกินควร) รวมทั้ง ดัชนีบ่งชี้อื่นๆ (Indicators) ซึ่ง แสดงถึงฐานะการเงินที่ดี

ที่มา : นิตย สัมภาษณ์, ภาวะผู้นำ : พลั้งขับเคลื่อนสู่ความเป็นเลิศ (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2542), 19.

ทั้งนี้ “ผลงานสำคัญ” ด้านต่างๆทั้ง 9 ประการ ข้างต้น อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ๆด้วยกัน คือ กลุ่มเสริมสร้างสมรรถภาพทางการตลาด กลุ่มบริหารทรัพยากร และกลุ่มเสริมธุรกิจการทำกำไร

จากการศึกษาแนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่จะสามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือประสบความสำเร็จได้ สามารถวัดได้จากปัจจัยในหลายด้าน นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางการเงินแล้ว ยังวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมประกอบด้วยกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการต้องกำหนดเป้าหมาย วางแผน และดำเนินการตามแผน กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ทั้ง 9 ด้านให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากที่สุด

3. แนวคิดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

3.1 ความหมายของกลยุทธ์

นอร์ตัน ชนาพรณ (2550 : 24) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า “Strategos” ความหมายดั้งเดิมเป็นภาษาทางการทหารที่ใช้อธิบายยุทธวิธีของแม่ทัพในการจัดทัพและเคลื่อนย้ายกำลังพล คาร์ล วอน คลอส์วิทซ์ (Carl von Clausewitz) นักทฤษฎีด้านยุทธการแห่งศตวรรษที่ 19 ได้อธิบายถึง กลยุทธ์ไว้ว่า “กลยุทธ์” เป็น “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแผนการทางสงคราม และกำหนดรูปแบบการต่อสู้ในแต่ละสมรภูมิ ซึ่งจะต้องตัดสินใจว่าจะเข้ายึดสมรภูมิแต่ละแห่งด้วยวิธีใด” ในยุคต่อมา เมื่อชาติต่างๆต้องเผชิญกับการแข่งขัน แนวคิดเรื่องกลยุทธ์จึงได้แพร่หลายขึ้น

ทั้งนี้ ในการดำเนินธุรกิจได้มีผู้ให้นิยามแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ไว้ต่างหาก เช่น

มอร์ริสัน, รีมมิงตัน และ วิลเลียม (Morrison, Rimmington and Williams 1999 : 195, อ้างถึงใน นวรัตน์ ฆนาพรหม 2550 : 24) กล่าวว่า กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ เป็นกระบวนการบริหารอย่างไม่หยุดนิ่ง ในการที่จะดำเนินการกับธุรกิจเพื่อให้บรรลุถึงความพอดีระหว่างองค์ประกอบของผู้ประกอบการ องค์กรและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนทางธุรกิจ

กึ่งพร ทองใบ และคณะ (2542 : 9, อ้างถึงใน รณรงค์ ศรีจันทร์ 2544 : 48) กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่องค์กรเลือกเพื่อใช้ดำเนินการจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปยังจุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้ในอนาคต

ทั้งนี้ ด้านธุรกิจ กลยุทธ์ หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เป็นการตัดสินใจบนพื้นฐานของสมมติฐานการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคต (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ 2540, อ้างถึงใน จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์ 2548 : 13) เป็นแผนงานเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับกิจการ และทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ด้านการบริหารจัดการ กลยุทธ์ หมายถึง วิธีที่ชาญฉลาดที่ผู้บริหารคิดได้ วิธีดังกล่าวนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด (One Best Way) ที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานตามเป้าหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุด (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 154 - 155) กลยุทธ์ยังเป็นแผนงานที่ประสานกันให้แนวทางสำหรับการตัดสินใจและกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เน้นที่การประยุกต์ใช้ทรัพยากรซึ่งองค์กรได้มีการจัดสรรไว้เพื่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม อันจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตน (Gibcus and Kemp 2003 : 11, อ้างถึงใน นวรัตน์ ฆนาพรหม 2550 : 25) กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง การกระทำซึ่งผู้จัดการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เป็นแผนการที่วางแผนไว้ และใช้โต้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ ผู้มีหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ เช่น ผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร เป็นผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2540 : 38)

สรุป กลยุทธ์ หมายถึง แผนการที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ภายใต้งบประมาณและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.2 ระดับของกลยุทธ์

การบริหารธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการระบุวัตถุประสงค์เป็นจุดหมายปลายทางของการดำเนินงาน รวมถึงการจัดวางกลยุทธ์ต่างๆ ที่นำไปใช้ปฏิบัติ พร้อมทั้ง

สร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานจะบรรลุผลสำเร็จได้ ทั้งนี้ “กลยุทธ์” มีขอบเขตความหมายกว้าง แตกต่างกันไปตามระดับที่ใช้ ดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 155 - 156)

3.2.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร หรือ กลยุทธ์ของกิจการ (Corporate Strategy) เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางทางการก้าวเดินโตขององค์กรที่ก้าวไปในอนาคตกลยุทธ์ระดับองค์กรเกี่ยวข้องกับการเลือกลงทุนและการกำหนดขอบเขตความก้าวหน้าของงานที่ทำ ซึ่งจะเป็นไปตามกรอบ “วิสัยทัศน์” (Vision) ที่ผู้บริหารระดับสูงได้สร้างเอาไว้

3.2.2 กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy) คือ กลยุทธ์ของกิจการหรือของหน่วยธุรกิจ ในเครือที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวิธีการแข่งขันกับคู่แข่ง (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 155 - 156)

3.2.3 กลยุทธ์ของหน้าที่งาน (Functional Strategy) คือ กลยุทธ์ของหน้าที่งานแต่ละด้านของกิจกรรมที่ต่างต้องทำเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายของกิจการ เช่น กลยุทธ์ด้านการผลิต การตลาด การลงทุน รวมถึงด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 155 - 156) การกำหนดกลยุทธ์หน้าที่งานนี้เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายสำหรับการบริหารงานแต่ละด้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตามหน้าที่ และสอดคล้องกันสามารถสนับสนุนต่อการดำเนินตามกลยุทธ์ทางธุรกิจ

3.3 ประเภทของกลยุทธ์

การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น ได้มีผู้จำแนกกลยุทธ์ออกเป็นประเภทต่างๆ มีตัวอย่างที่น่าสนใจดังนี้

ไมล์ และ สโนว์ (Miles and Snow 1980 : 28 – 30, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชาญพรหม 2550 : 26) กล่าวว่า กลยุทธ์การปรับตัว แตกต่างกันไปตามกลยุทธ์ที่ใช้ในการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ระบุว่า องค์กรมี 4 ประเภท ดังนี้

3.3.1 นักป้องกันตัว (Defenders) องค์กรประเภทนี้มีผลิตภัณฑ์หลักทางการตลาดที่อยู่ในวงจำกัดแคบๆ ผู้บริหารในองค์กรประเภทนี้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะตลาดของตน ด้วยเหตุนี้จึงไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี โครงสร้าง หรือขบวนการในการปฏิบัติงานใหม่ แต่จะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพในสิ่งที่กำลังทำอยู่เท่านั้น

3.3.2 นักแสวงหาโอกาส (Prospectors) องค์กรประเภทนี้จะเสาะแสวงหาโอกาสทางการตลาด และพยายามทดสอบศักยภาพในการตอบสนองต่อแนวโน้มของสภาพแวดล้อมที่กำลังเกิดขึ้น นักแสวงหาโอกาสเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และความไม่แน่นอนให้กับคู่แข่ง

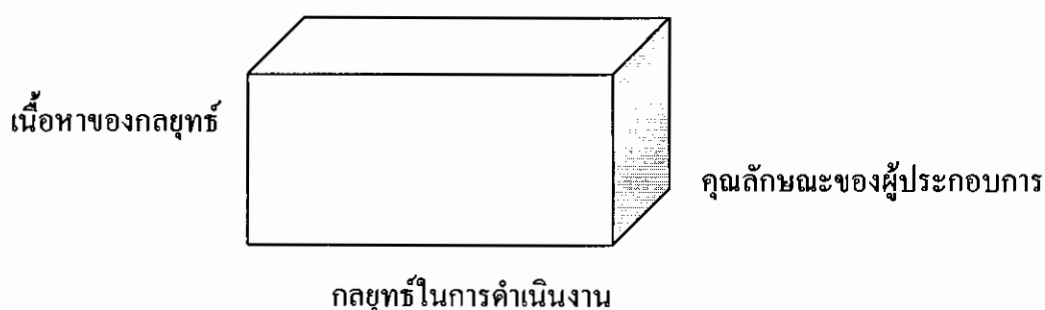
3.3.3 นักวิเคราะห์ (Analyzer) องค์กรประเภทนี้จะดำเนินการในตลาดผลิตภัณฑ์หลัก 2 ลักษณะ คือ ในสภาวะปกติที่มีความมั่นคง องค์กรจะดำเนินงานตามปกติโดยใช้โครงสร้างและกระบวนการที่ได้กำหนดเอาไว้ แต่เมื่ออยู่ในสภาวะที่มีคู่แข่งรุกเข้ามาจะนำเอาความคิดใหม่ๆ มาใช้ในทันที

3.3.4 นักตอบโต้ (Reactors) องค์กรประเภทนี้ไม่มีวิธีการในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม เนื่องจากขาดความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับกลยุทธ์

พอตเตอร์ (Porter 1998 : 11 - 16, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 27) กล่าวว่า กลยุทธ์การแข่งขันได้แบ่งออกตามขอบเขตของการแข่งขันที่มีตลาดเป้าหมายเป็นตลาดมวลชน และการมุ่งตลาดเฉพาะเป็น 3 อย่าง คือ

1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) องค์กรพยายามทำให้ต้นทุนของตนต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยอาศัยประสิทธิภาพทางการผลิต เทคโนโลยี วัตถุดิบ ฯลฯ
2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) องค์กรพยายามค้นหาสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างออกไปจากสิ่งที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ซื้อ
3. การจำกัดขอบเขต (Focus) กลยุทธ์การจำกัดของเขตนี้ องค์กรเลือกเจาะเฉพาะบางส่วนของตลาดโดยรวมเท่านั้น ซึ่งเป็นส่วนที่องค์กรมีความเชี่ยวชาญ อาศัยการเป็นผู้นำทางต้นทุน การสร้างความแตกต่าง หรือทั้งสองอย่างรวมกัน

นอกจากนี้ (Frese 2000 : 12 - 18) กล่าวว่า กลยุทธ์เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การประเมินจุดแข็งจุดอ่อนภายในองค์กร การวางแผนกำหนดเป้าหมาย การประเมินทางเลือกสำหรับใช้ปฏิบัติ และการพัฒนาแผนการที่ครอบคลุมอันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ กลยุทธ์การกระทำของผู้ประกอบการสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 มิติ (ภาพที่ 3) ได้แก่



ภาพที่ 3 เป็นภาพ 3 มิติที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การกระทำของผู้ประกอบการ

ที่มา : Frese, Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa : A Psychological Approach (United States of America : Greenwood Publishing Group, 2000), 13.

มิติที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นการพิจารณาถึงกระบวนการที่อยู่เบื้องหลังซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ความเชื่อ และการปรับให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม (Frese 2000)

มิติที่ 2 เนื้อหาของกลยุทธ์ (Strategic Content) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลูกจ้าง ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการผลิต การตลาด ทุน คู่แข่ง และการจัดการกับกฎข้อบังคับที่เป็นทางการ (Frese 2000)

มิติที่ 3 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน (Strategic Process) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการนำกลยุทธ์การตัดสินใจไปใช้ปฏิบัติ กลยุทธ์การดำเนินงานนี้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ (Frese 2000) ได้แก่

1. การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ (Complete Planning) หมายถึง การวางแผนการล่วงหน้าโดยครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ รวมถึงข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ (Frese 2000) บุคคลที่ใช้กลยุทธ์นี้จะวางแผนล่วงหน้าและวางโครงสร้างสถานการณ์ได้อย่างคล่องแคล่ว การวางแผนจะเป็นการวางแผนจากบนลงล่าง กลยุทธ์นี้บอกเป็นนัยถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับงานไว้อย่างครอบคลุม และรวมไปถึงแผนสำรองสำหรับสถานการณ์ความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นด้วย ข้อดีของการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์คือ ทำให้สามารถเตรียมรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ ข้อเสีย คือ ต้องใช้เวลาและเสียค่าใช้จ่ายมาก การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์นี้ให้ผลเชิงบวกต่อความสำเร็จเมื่อสภาพแวดล้อมของธุรกิจมีความซับซ้อนสูงและมีคู่แข่งมาก (Frese 2000)

2. การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ (Critical Point Planning) หมายถึง การวางแผนการทำงานเฉพาะจุดที่สำคัญมากที่สุด เป็นรูปแบบของการวางแผนที่จำกัดวงเอาไว้ เมื่อแก้ไขจุดวิกฤตจุดแรกได้แล้ว จึงวางแผนสำหรับขั้นตอนต่อไปทีละขั้น (Frese 2000) ดังนั้น การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจึงเป็นการวางแผนระยะสั้น ข้อดีของกลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ คือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากไม่ต้องวางแผนมาก แต่จะทำให้มีแผนสำรองที่เป็นประโยชน์สำหรับใช้ในเวลาที่เกิดสิ่งผิดพลาดอยู่น้อย ทั้งนี้ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญจะเป็นประโยชน์ในสถานการณ์ที่มีกฎเกณฑ์ ความซับซ้อน และคู่แข่งปานกลาง

3. การแสวงหาโอกาส (Opportunistic Strategy) หมายถึง วิธีการดำเนินงานโดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า แต่คอยสอดส่องแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจอยู่ตลอดเวลา (Frese 2000) ข้อดีของกลยุทธ์การแสวงหาโอกาส คือ เมื่อมีช่องทางผู้ที่คอยแสวงหาโอกาสมักจะไม่ผิดพลาดโอกาสในการทำธุรกิจ และไม่ต้องวางแผนล่วงหน้า ข้อเสีย คือ โอกาสที่เกิดขึ้นอาจไม่ตรงกับเป้าหมายในการดำเนินงานที่แท้จริงของคน ในระยะยาวอาจทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้ใช้

ความพยายามอุตสาหกรรมมากพอในการพัฒนาองค์กร ทั้งนี้ การแสวงหาโอกาสจะใช้ได้ดีในสภาพแวดล้อมที่มีจังหวะโอกาสเข้ามาอยู่เรื่อยๆ

4. การตั้งรับ (Reactive Strategy) หมายถึง วิธีการดำเนินงานโดยไม่มีการวางแผน ไม่มีการเน้นเป้าหมาย แต่คอยตอบสนองต่อความต้องการหรือสถานการณ์จากภายนอกที่อาจเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น เจ้าของบริษัทแห่งหนึ่งจะคอยลอกเลียนแบบสินค้าที่มีอยู่ในตลาดตามคำบอกของลูกค้า ซึ่งสินค้านั้นบริษัทอื่นๆ ในตลาดได้ทำออกวางจำหน่ายไปแล้ว (Frese 2000)

ทั้งนี้ เฟรส์เชอร์ (Frese 2000 : 11 - 19) กล่าวว่า กลยุทธ์ในการดำเนินงานมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากกลยุทธ์สามารถทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการได้โดยตรง เฟรส์เชอร์ (Frese 2000) ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในหลายประเทศของทวีปแอฟริกา เช่น ประเทศแซมเบีย แอฟริกาใต้ ซิมบับเว เฟรส์เชอร์ (Frese 2000) พบว่า กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าโดยสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ และการแสวงหาโอกาส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ ขณะที่กลยุทธ์แบบตั้งรับมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาแนวคิดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน สรุปได้ว่า กลยุทธ์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการเป็นกระบวนการบริหารอย่างไม่หยุดนิ่ง เป็นแผนการที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ประกอบการและผู้บริหาร ภายใต้เงื่อนไขสภาพการณ์และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณากลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับให้ธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น ดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน

4. แนวคิดภูมิความรู้ความชำนาญ

4.1 ความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญ

ทุน (Capital) คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ร่วมกับปัจจัยการผลิตอื่นๆ อันได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และผู้ประกอบการ ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน 2539 : 3) ส่วน “ทุนมนุษย์ หรือ ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital)” นั้น ปรากฏครั้งแรกในบทความปี ค.ศ.1961 ชื่อ “Investment in Human Capital” โดยนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลที่โอเดอร์ ดับเบิลยู ฮวลส์ ดีพิมพ์ในวารสารวิจารณ์ชื่อ American Economic Review นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่ได้บรรยายคุณสมบัติของทุนมนุษย์ไว้ตรงกันว่า ทุนมนุษย์ประกอบไปด้วย ทักษะ ประสบการณ์ และความรู้ (ศิริ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ทุนมนุษย์นั้นเป็นทรัพยากรชนิดหนึ่งที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) และสามารถผันแปรไปในทางต่างๆ ได้ (ธงชัย สันติวงษ์

2546 : ข) แม้ทุนมนุษย์จะเป็นทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้แต่ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนพื้นฐานของกลยุทธ์เป็นแหล่งยุทธศาสตร์ของการสร้างมูลค่าทางธุรกิจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ พิจารณาเกี่ยวกับความรู้และประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก มีสมมติฐานโดยทั่วไป ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ก่อตั้งกิจการจะทำให้องค์กรอยู่รอด (Bruederl et al. 1992, quoted in Rauch and Frese 2000) ทั้งนี้ในทางจิตวิทยาเฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 25) กล่าวว่า ทุนมนุษย์ (Human Capital) หมายถึง การสะสมความรู้และทักษะซึ่งผู้ประกอบการพยายามนำมาใช้จัดการกับงานของตน

จากความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภูมิความรู้ความชำนาญ หมายถึง ความรู้และความชำนาญทั้งหลายรวมถึงทักษะ ประสบการณ์ และความรู้ที่ผู้ประกอบการมี และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้

4.2 องค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญ

คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ (อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ได้แยกทุนมนุษย์ออกเป็นองค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.2.1 ความสามารถ (Ability) หมายถึง ความชำนาญในชุดของกิจกรรม หรืองานรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ความสามารถนี้ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อยอีก 3 ส่วน ดังนี้

4.2.1.1 ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเต็มเปี่ยมด้วยความรู้ในข้อเท็จจริงที่จำเป็นสำหรับทำงานหนึ่งๆ (คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ความรู้นี้มีลักษณะกว้างกว่าทักษะ เพราะความรู้บ่งบอกถึงขอบเขตสติปัญญาภายในงานหรือภาระกิจที่บุคคลหนึ่งกระทำอยู่

4.2.1.2 ทักษะ (Skill) หมายถึง ความคล่องแคล่ว รู้จักขั้นตอนและวิธีการสำหรับปฏิบัติการกิจใดภารกิจหนึ่งให้ลุล่วงได้เป็นอย่างดี (คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ทักษะนี้มีตั้งแต่ความแข็งแกร่งทางกายภาพ ไปจนถึงความปราดเปรียวคล่องแคล่วกับการเรียนรู้เฉพาะเรื่อง เนื้อหาสำคัญ คือ การเก่งเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

4.2.1.3 ความสามารถเฉพาะตัว หรือพรสวรรค์ (Talent) เป็นคุณสมบัติสำหรับทำงานใดงานหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด และมีติดตัวมาตั้งแต่เกิด (คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32)

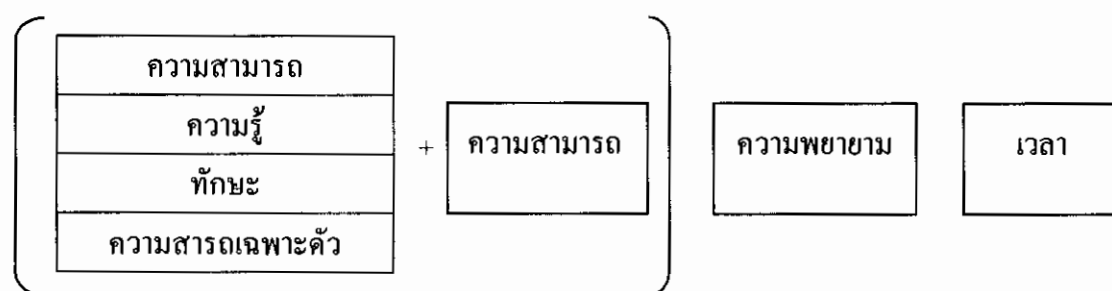
4.2.2 พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ลักษณะการแสดงออกที่มีส่วนต่อความสำเร็จของงานที่สังเกตได้ (คาเวนพอร์ต และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิริระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) พฤติกรรมรวมเอาการตอบสนองที่มีมาแต่เดิม และที่ได้รับการฝึกอบรมมาใหม่ ตลอดจน

ปัจจัยกระตุ้นเชิงสถานการณ์ต่างๆ ลักษณะอาการที่แสดงออกไปจะแสดงถึงค่านิยม จริยธรรม ความเชื่อ และปฏิกิริยาต่อโลกที่เราอาศัยอยู่

4.2.3 ความพยายาม (Effort) คือ การนำเอาทรัพยากรทางกาย และความคิดไปใช้ ด้วยความมีสติ เพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะบางอย่าง (ดาเวนพอร์ด และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) ความพยายามเป็นหัวใจของจรรยาบรรณในการทำงาน ความพยายาม เป็นตัวกระตุ้นผลักดันให้เกิดทักษะ ความรู้ และความสามารถเฉพาะตัว ตลอดจนพฤติกรรมที่ได้รับการควบคุม

4.2.4 เวลา (Time) หมายถึง ปัจจัยด้านลำดับเวลาของการลงทุนในทุนมนุษย์ เวลา ถือเป็นทรัพยากรพื้นฐานมากที่สุดภายใต้การควบคุมของบุคคล (ดาเวนพอร์ด และโทมัส โอ, อ้างถึงใน ศิระ โอภาสพงษ์, ผู้แปล 2543 : 32) คนงานที่มีความสามารถเฉพาะตัว ทักษะ มีความรอบรู้และทุ่มเทมากที่สุด จะไม่สามารถสร้างผลงานใดๆออกมาได้เลยหากปราศจากการลงทุน ด้านเวลาในงานนั้นๆ

องค์ประกอบต่างๆของการลงทุนในทุนมนุษย์ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น มารวมอยู่ด้วยกันทั้งในแง่ของความสัมพันธ์เชิงบวก และการเพิ่มในลักษณะทวีคูณ ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การผสมผสานและเพิ่มเติมเพื่อได้รับการลงทุนในทุนมนุษย์

ที่มา : ดาเวนพอร์ด และโทมัส โอ, ทุนมนุษย์, แปลโดย ศิระ โอภาสพงษ์ (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ดี, 2543), 33.

การลงทุนในทุนมนุษย์ทั้งหมด = (ความสามารถ + พฤติกรรม) × ความพยายาม × เวลา

4.3 การวัดภูมิความรู้ความชำนาญ

การวัดภูมิความรู้ความชำนาญนั้น เครื่องมือที่ใช้บ่งชี้ภูมิความรู้ความชำนาญหลายอย่าง ได้ถูกพัฒนาขึ้นมา อุสบาซาราน และเวสเทด และไรท์ (Ucbasaran, Westhed and Wright 2006, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 34) ได้จำแนกเครื่องมือบ่งชี้ภูมิความรู้ความชำนาญออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.3.1 ภูมิความรู้ความชำนาญทั่วไป ได้แก่

4.3.1.1 การศึกษา เป็นองค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญที่มีการนำมาใช้เป็นดัชนีชี้วัดบ่อยๆ (Ucbasaran, Westhed and Wright 2006, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 34) การศึกษาที่เป็นทางการช่วยให้ทักษะทางการคิดที่จำเป็นต่อการปรับตัวไปสู่สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง การศึกษาเป็นแหล่งของความรู้ ทักษะ การฝึกฝน แรงจูงใจ และความเชื่อมั่นในตนเอง

4.3.1.2 ประสบการณ์การทำงาน เป็นสิ่งที่ช่วยในการบูรณาการและเพิ่มพูนความรู้ใหม่ๆ ทำให้บุคคลสามารถปรับตัวเองไปสู่สถานการณ์ใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดผลิตภาพมากขึ้น (Ucbasaran, Westhed and Wright 2006, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 34)

4.3.2 ภูมิความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง ประกอบด้วย

4.3.2.1 ประสบการณ์ในการเป็นเจ้าของกิจการ เป็นความรู้ที่ได้มาจากประสบการณ์โดยตรงในการเป็นเจ้าของธุรกิจ ความรู้เหล่านี้ ได้แก่ ประสบการณ์ในการบริหารจัดการ (Ucbasaran, Westhed and Wright 2006, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 34)

4.3.2.2 สมรรถภาพความสามารถ เป็นความสามารถในการได้มาซึ่งความรู้ การรวบรวมและผสมผสานกับทรัพยากร เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ (Ucbasaran, Westhed and Wright 2006, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรรณ 2550 : 34)

นอกจากนี้ เฟรส์เซอร์ (Frese 2000 : 25) กล่าวว่า การวัดค่าภูมิความรู้ความชำนาญแบบดั้งเดิม ดูจากระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาในสถานศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ประสบการณ์เฉพาะด้านที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม และประสบการณ์เป็นผู้นำ รวมถึงการที่เคยทำกิจการส่วนตัว หรือการที่บ้านมีกิจการเป็นของตนเอง การได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของกิจการ สามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดโดยทางอ้อมได้เช่นกัน

จากการศึกษาแนวคิดภูมิความรู้ความชำนาญ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีภูมิความรู้ความชำนาญ รวมถึงทักษะ ประสบการณ์ และความรู้ที่ผู้ประกอบการจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนได้

5. แนวคิดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)

5.1 ความหมายและแนวคิดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)

นอร์ตัน ชนาพรหม (2550 : 37) กล่าวว่า “เชาวน์” หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพ และเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่ค่อนข้างคงที่ซึ่งพัฒนาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการถ่ายทอดทางพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม การศึกษาเกี่ยวกับเชาวน์มีแนวทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ แนวทฤษฎีโดยนัย (Implicit Theories) และแนวทฤษฎีความชัดเจน (Explicit Theories)

แนวทฤษฎีโดยนัย (Implicit Theories) ได้ถูกนำเสนอโดย เนิสส์ (Neisser 1979, quote in Sternberg et al. 2000 : 15) โดย สเติร์นเบิร์ก และคณะ (Sternberg et al. 1981, อ้างถึงใน จำลอง ดิษยวิช และพริ้มเพรา ดิษยวิช 2550) นำมาใช้ ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบและแสดงให้เห็นว่า เชาวน์ของมนุษย์มีลักษณะที่สำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยหลักเกณฑ์ที่มีเหตุผล ความสามารถในการเชิงภาษา การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา คำพูด และความสามารถทางสังคม มีความสนใจในผู้อื่น สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนแนวทฤษฎีความชัดเจน (Explicit Theories) เป็นแนวทฤษฎีที่ถูกนำเสนอโดยนักจิตวิทยาและนักวิทยาศาสตร์ในสาขาอื่นๆ หลายท่าน ซึ่งมีแนวทางในการศึกษาเชาวน์หลายทาง ดังนี้

แนวทางที่หนึ่ง การศึกษาโดยวัดกระบวนการทางจิต เชื่อว่าเชาวน์สามารถทำความเข้าใจได้ในรูปแบบของสมมติฐานแก่นแท้ทางจิตที่เรียกว่า “ปิงจัย” ปิงจัยเหล่านี้เป็นแหล่งของความแตกต่างระหว่างบุคคลที่สามารถเห็นได้ในผลการเรียนของโรงเรียน ผลการปฏิบัติงานในอาชีพ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

แนวทางที่สอง การศึกษาทางชีวภาพ เป็นแนวทางที่พยายามทำความเข้าใจถึงความสามารถจากปิงจัยภายใน

แนวทางที่สาม กระบวนการคิดการรับรู้เป็นทรנסเซที่เน้นกระบวนการทางจิต การแสดงออก และความสามารถของมนุษย์

แนวทางที่สี่ แนวคิดที่เน้นไปตามสภาพแวดล้อมเป็นมุมมองที่เสนอว่าเชาวน์ควรถูกนำมาศึกษาภายใต้วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมแยกกันไป และไม่ควรที่จะแปลการทดสอบตามมาตรฐานของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ไปสู่วัฒนธรรมอื่นๆ

แนวทางที่ห้า แนวคิดระบบแนวคิดนี้มองว่าเชาวน์เป็นระบบที่ซับซ้อน นักทฤษฎีตามแนวคิดนี้ได้พยายามรวบรวมเอาปิงจัยสำคัญต่างๆ จากหลากหลายแนวทางข้างต้น การศึกษาตามแนวทางนี้ เช่น ทฤษฎีเชาวน์ทวิคูณ ของ การ์ดเนอร์ (Gardner) และทฤษฎีไตรลักษณะของจิตเกี่ยวกับเชาวน์แห่งความสำเร็จ ของสเติร์นเบิร์ก (Sternberg)

สเติร์นเบิร์ก (Sternberg 2005, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธม 2550 : 39) กล่าวว่า “เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)” เป็นชุดของทักษะและเจตคติในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เชาวน์เชิงปฏิบัติใช้ประโยชน์จากความรู้ที่บุคคลได้รับและสั่งสมจากประสบการณ์ในชีวิตทุกๆ ด้าน เพื่อปรับเปลี่ยนตัวเองให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมหรือปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับตนเอง หรือค้นหาสิ่งแวดล้อมใหม่ บุคคลจะใช้ทักษะเหล่านี้เพื่อจัดการกับตนเอง จัดการกับผู้อื่น และจัดการกับงาน ในการดำเนินตามเป้าหมายที่มีคุณค่าของตน (Sternberg and Hedlund 2002 : 145, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธม 2550 : 39) กล่าวว่า เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) หมายถึง ความสามารถที่จำเป็นต่อความสำเร็จในชีวิตประจำวัน ได้แก่ งานหรืออาชีพของบุคคล เชาวน์เชิงปฏิบัตินี้ คือ สิ่งที่บุคคลทั่วไปเรียกว่าสามัญสำนึกแตกต่างไปจากเชาวน์ทั่วไป ปัจจุบันได้มีการเน้นถึงความสำคัญของเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) เป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและใช้ชีวิตอย่างมีความสุขในสังคมที่ต้องอาศัยความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมากกว่าเชาวน์ปัญญาที่ได้รับจากการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษา (จำลอง คิชขวิช และ พร้มเพรา คิชขวิช, ออนไลน์) นอกจากนี้ เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) ยังเป็นตัวส่งเสริมเชาวน์ในด้านวิชาการอีกด้วย (Sternberg and Grigorenko 2001 : 2, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธม 2550 : 39)

ทั้งนี้ วีระวัฒน์ ปินนิตามัย (2542 : 59 - 60) กล่าวว่า ลักษณะของเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) เป็นพฤติกรรมที่เอื้อต่อความสำเร็จในวิชาชีพในการบริหารและในชีวิตไว้ 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การครองตน (Managing self) หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการตนเองในแต่ละวันให้บรรลุเป้าหมายได้ผลผลิตสูงสุด อาทิ การจัดลำดับกิจกรรมที่ต้องทำการกระตุ้นชี้นำตนให้มุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ การสร้างแรงจูงใจที่ดีให้กับตนเอง กล้าเสี่ยง ไม่ย่อท้อ รู้ขีดความสามารถและศักยภาพของตนดี (วีระวัฒน์ ปินนิตามัย 2542 : 59 - 60)

ประการที่ 2 การครองคน (Managing Others) หมายถึง ทักษะความรู้ในการบริหารผู้ใต้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถเข้ากับผู้อื่นได้ มอบหมายงานให้ตรงกับทักษะความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติแต่ละคน ให้รางวัลตามผลงานที่ปฏิบัติ (วีระวัฒน์ ปินนิตามัย 2542 : 59 - 60)

ประการที่ 3 การครองงาน (Managing Career) หมายถึง การจัดความสำคัญความจำเป็นของตน ให้สอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญ โน้มน้าวผู้เกี่ยวข้องให้เห็นคิเห็นงามด้วย (วีระวัฒน์ ปินนิตามัย 2542 : 59 - 60)

จากแนวคิดและลักษณะของเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) คือ ทักษะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยอาศัยประสบการณ์ที่ได้สั่งสมมา เพื่อจัดการกับตนเอง จัดการกับผู้อื่น และจัดการกับงาน

5.2 เชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) กับความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย (Tacit Knowledge)

บุคคลต้องการความสามารถเชิงปฏิบัติ (Practical Abilities) เพื่อดำเนินการเลือกและเพื่องานของตนเอง ความสามารถเชิงปฏิบัตินี้เกี่ยวข้องกับเชาวน์ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้สำหรับสภาพแวดล้อมในโลกของชีวิตความเป็นจริง ลักษณะที่สำคัญของเชาวน์เชิงปฏิบัติ คือ การได้มาซึ่งความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย และนำความรู้นี้ไปใช้

Stemberg (2004 : 430 - 431, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธณ 2550 : 40) กล่าวว่า ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย หรือ ความรู้ที่มองชัดเจนเป็นความรู้ที่เกิดภายใน ที่อาจเกิดจากประสบการณ์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคล และสื่อสารออกมาเป็นคำพูดหรือตัวหนังสือได้ยาก เช่น ทักษะการทำงาน กระบวนการในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น ทั้งนี้ ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยเป็นความรู้ที่บุคคลจำเป็นต้องรู้เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งที่สอนให้กันอย่างชัดเจนไม่ได้ แต่เป็นความรู้ที่บุคคลได้รับมาจากการใช้ประสบการณ์ให้เป็นประโยชน์ โดยตัวของมันเองแล้วไม่ได้เป็นประสบการณ์ บุคคลได้รับประโยชน์จากการใช้ประสบการณ์นั้น ความรู้ที่ค่อนข้างมีลักษณะเป็นขอบเขตเฉพาะเจาะจง ซึ่งบุคคลอาจได้รับความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย มาในขอบเขตหนึ่งหรืออาจได้รับความรู้เข้ามาในอีกขอบเขตหนึ่งก็ได้ การได้มาและการนำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ค่อนข้างเป็นอิสระจากความสามารถที่เป็นระเบียบแบบแผน นอกจากนี้ ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยนี้สามารถใช้ทำนายเกณฑ์ที่เกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพการงานได้มากกว่าเชาวน์ปัญญา และการวัดอื่นๆ เช่น

5.3 ผู้ประกอบการกับเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)

สเทิร์นเบิร์ก (Stemberg 2005, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธณ 2550 : 40) กล่าวว่า ทฤษฎีไตรลักษณะของจิตเกี่ยวกับเชาวน์แห่งความสำเร็จเป็นความสามารถในการปรับตัวเข้าหาปรับเปลี่ยน และเลือกสิ่งแวดล้อม เพื่อบรรลุเป้าหมายภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมและวัฒนธรรมของบุคคล สเทิร์นเบิร์ก (Stemberg 2005, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรธณ 2550 : 40) ได้รวบรวมความสามารถต่างๆ ไว้สามอย่าง ได้แก่ การคิดเชิงวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ และการปฏิบัติตามแนวคิด สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องให้ความสนใจกับสถานการณ์ที่ท้าทายนั้น ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยผ่านเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) จะช่วยพัฒนาผู้ประกอบการ

ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และขบวนการใหม่ๆสู่ตลาด นอกจากนี้ กิจกรรมธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่ไม่คงที่ การตัดสินใจต่างๆเกี่ยวกับปัญหาที่มีโครงสร้างยุ่งยากภายใต้ข้อมูลและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยทั่วไป การตัดสินใจอย่างรวดเร็วจะต้องการไปกว่าเวลาสำหรับการวินิจฉัยและการวิเคราะห์ปัญหา หรือเวลาที่เพียงพอแต่ไม่ได้เป็นเวลาสำหรับใช้ในการค้นหาข้อมูลที่ไม่ได้มีอยู่ หรือกลายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์น้อย โดยเฉพาะในขณะที่ยังมีลักษณะไม่คงที่กำลังขับเคลื่อนไป และเทคโนโลยีล้ำสมัยไปแล้ว สิ่งแวดล้อมที่มีความรุนแรงนี้ได้แยกผู้ประกอบการออกจากผู้นำในรูปแบบอื่นๆ และเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการตอบสนองต่อโอกาสการได้มาและการจัดการกับระบบที่เกี่ยวข้องทรัพยากรที่ขาดแคลน (Baum, Bird and Chardavoyne 2003 : 142 - 156, อ้างถึงใน นวรัตน์ หนาพรรณ 2550 : 41)

5.4 การวัดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence)

การวัดเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) สเติร์นเบิร์ก และคณะ (Sternberg et al. quoted in Sternberg and Hedlund 2002 : 145 - 146, อ้างถึงใน นวรัตน์ หนาพรรณ 2550 : 41) กล่าวว่า หลักความรู้พื้นฐานในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) บุคคลใช้ประโยชน์จากฐานความรู้ที่มีอยู่อย่างกว้างๆ ในการแก้ไขปัญหาในเชิงปฏิบัติ ซึ่งความรู้บางอย่างได้มาจากการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการและบางอย่างได้มาจากการประสบการณ์ส่วนบุคคล ความรู้จำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จอาจมีลักษณะเป็นความรู้ที่เรียกว่า “การตระหนักรู้โดยนัย” คือ ความรู้ที่ไม่สามารถเปิดเผยหรือไม่สามารถกล่าวออกมาได้ แต่เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล “ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย” เป็นลักษณะที่สำคัญของเชาวน์เชิงปฏิบัติ (Practical Intelligence) ซึ่งสามารถทำให้บุคคลปรับตัวเข้าหา เลือกรสรเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมในชีวิตจริง การวัดความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย จากการตอบสนองต่อสถานการณ์หรือปัญหาในเชิงปฏิบัติ เพราะความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยนั้น ส่วนใหญ่แล้ว บุคคลจะได้รับมากจากประสบการณ์การทำงานในภาคปฏิบัตินั่นเอง

ทั้งนี้ สเติร์นเบิร์ก และคณะ (Sternberg et al. 2002 : 145 - 146, อ้างถึงใน นวรัตน์ หนาพรรณ 2550 : 42) กล่าวว่า ลักษณะของความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ที่สำคัญไว้ 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยได้มาโดยตัวบุคคลผู้เป็นเจ้าของความรู้ตัวเอง โดยได้รับสนับสนุนช่วยเหลือจากสิ่งแวดล้อมรอบๆตัวเพียงเล็กน้อย

ประการที่ 2 ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยเป็นกระบวนการตามธรรมชาติ เป็นความรู้ที่สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการกระทำ ความรู้นี้เป็นรูปแบบของการ “ทำอย่างไร (Knowing how)” มากกว่า “รู้ว่า (Knowing that)”

ประการที่ 3 ความรู้จากการตระหนักรู้โดยนัยเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการบรรลุถึงเป้าหมายส่วนบุคคล

จากการศึกษาแนวคิดชาวเชิงปฏิบัติ สรุปได้ว่า แนวคิดชาวเชิงปฏิบัติเป็นทักษะและเจตคติในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน อาศัยประสบการณ์ โดยนำมาประยุกต์ใช้กับสภาพแวดล้อมในชีวิตจริง เพื่อจัดการตนเอง ผู้อื่น และจัดการกับงาน ทำให้ประสบความสำเร็จและบรรลุถึงเป้าหมายของตนได้

6. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กร

6.1 ความหมายการบริหารจัดการองค์กร

ชีราวุธ ศรีกาญจนา (2548 : 6) กล่าวว่า องค์กร (Organization) คือ กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการใดๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดขึ้นเป็นหน่วยงานที่มีระบบมีสายการบังคับบัญชาที่แน่นอน มีการแบ่งงานกันทำ มีการประสานงานให้ความร่วมมือกันทำงานในหน่วยงาน เพื่อจัดเป็นองค์กรที่มีการบริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร

พยอม วงศ์สารศรี (2536 : 1) กล่าวว่า การจัดการ (Management) คือ การดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล เป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมกิจการ ให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่วางไว้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 12) กล่าวว่า การบริหารจัดการที่ดีผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการทุกคนต้องทำหน้าที่บริหารจัดการให้ระบบงานและระบบคนให้สามารถประสานทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 กระบวนการในการบริหารจัดการ

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และนิตยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า หน้าที่ทางการจัดการ (Management Functions) ประกอบด้วย 5 ประการ คือ

6.2.1 การวางแผน (Planning) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการต่างๆ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายนั้น พัฒนาลำดับในการดำเนินงานและการ

จัดสรรทรัพยากร เพื่อรวบรวมและประสานงานกับกิจกรรมต่างๆ ให้ส่งเสริมและมุ่งสู่เป้าหมาย การวางแผนมีเป้าหมายที่สำคัญดังนี้ (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548)

6.2.1.1 เพื่อกำหนดทิศทาง และส่งเสริมการประสานงานภายในองค์กร

6.2.1.2 ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

6.2.1.3 ลดการสูญเสียและการทำงานที่ซ้ำซ้อน

6.2.1.4 สร้างเกณฑ์ และมาตรฐานในการควบคุม

การวางแผน เป็นหน้าที่สำคัญอย่างแรกในกระบวนการทางการจัดการที่ผู้จัดการ ทุกคนและทุกระดับต้องปฏิบัติ (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548) การวางแผน เป็นต้น ทางที่นำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการบริหารงานของผู้จัดการและอนาคตของ องค์กร ผู้บริหารในแต่ละระดับจะมีขอบเขตในการการวางแผนแตกต่างกัน สามารถจำแนกตามลำดับชั้น ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูง ใช้เวลาส่วนมากในการกำหนดทิศทาง วางแผนกลยุทธ์ และวางแผนรวมหรือแผนหลักสำหรับองค์กร การวางแผนมักครอบคลุมการดำเนินงานทั้งองค์กร มีระยะเวลายาวนาน และเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่หลากหลายทั้งภายนอก และภายในองค์กร ซึ่งต้อง อาศัยทั้งความรู้และประสบการณ์ในการประมวลและการสังเคราะห์แผนที่มิให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุด ผู้บริหารระดับสูงจะมีอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบครอบคลุมในวงกว้างซึ่งจะมี อิทธิพลต่ออนาคต ความอยู่รอด ความก้าวหน้า หรือความล้มเหลวขององค์กร โดยทำงานใน ตำแหน่งต่างๆภายในองค์กร เช่น ประธานกรรมการ ปลัดกระทรวง กรรมการผู้จัดการ อธิบดี ผู้จัดการใหญ่ ผู้จัดการทั่วไป และผู้อำนวยการ เป็นต้น

2. ผู้จัดการระดับกลาง ใช้เวลาส่วนมากในการวางแผนยุทธวิธี และแผนการ ดำเนินงานของฝ่ายที่ตนรับผิดชอบ เพื่อให้สามารถดำเนินงาน และประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ด้านกลยุทธ์ของผู้บริหารระดับสูง และกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานสำหรับผู้จัดการระดับ ปฏิบัติการ โดยที่ผู้จัดการระดับกลางดำรงสถานภาพในตำแหน่งต่างๆภายในองค์กร เช่น ผู้จัดการ ฝ่าย และผู้จัดการแผนก เป็นต้น

3. ผู้จัดการระดับต้นหรือหัวหน้างานระดับปฏิบัติการ ใช้เวลาส่วนมากในการ วางแผนงานที่ต้องทำให้เสร็จเป็นรูปธรรม โดยใช้ระยะเวลาสั้นๆ และเป็นแผนแบบเดี่ยวๆที่จะทำ ให้บรรลุความต้องการของผู้บริหารระดับกลาง การวางแผนมักจะเป็นแผนวันต่อวัน หรือแผนระยะสั้น ตามกรอบเวลาที่ได้รับมอบหมาย ที่ผู้จัดการระดับต้นดำรงสถานภาพในตำแหน่งต่างๆ ภายในองค์กร เช่น ผู้จัดการสำนักงาน ผู้จัดการหน่วย หัวหน้างาน เป็นต้น

6.2.2 การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการจัดโครงสร้าง การจัดระบบงาน การรวมกลุ่มกิจกรรม การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ และการมอบหมายงานให้ผู้ได้บังคับบัญชาแต่ละคน เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกันและบรรลุเป้าหมายที่ผู้จัดการกำหนด การจัดองค์การเป็นเรื่องของการจัดระบบ (System) ระเบียบ (Order) และความสัมพันธ์ (Relationship) ในหน่วยงานที่ร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ หรือเป็นการสร้างการรวมพลัง (Synergy) ให้เกิดขึ้นในระดับหน่วยงาน และองค์การ (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และ จิตยาพร เสมอใจ 2548)

โครงสร้างองค์การแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

6.2.2.1 โครงสร้างองค์การแบบประเพณีนิยม (Traditional Organization Structure) จะมีกฎข้อบังคับ และระเบียบอย่างเป็นทางการชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางหรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากร โครงสร้างแบบเป็นทางการจะช่วยภาระการตัดสินใจ และแนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน โดยทำการแบ่งงานออกเป็นแผนกตามความชำนาญ ซึ่งเหมาะกับงานที่มีปริมาณมากและมีขั้นตอนซ้ำๆ กัน เช่น หน่วยงานราชการ บริษัทข้ามชาติ หรือโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เป็นต้น โครงสร้างองค์การแบบประเพณีนิยม ข้อเสีย คือ องค์การมีลำดับชั้นและวิธีการปฏิบัติที่เข้มงวดทำให้มีการติดต่อสื่อสารและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงล่าช้า รูปแบบโครงสร้างองค์การแบบประเพณีนิยม ได้แก่ โครงสร้างแบบราชการ โครงสร้างแบบสายงานหลัก และสายงานที่ปรึกษา (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และจิตยาพร เสมอใจ 2548)

6.2.2.2 โครงสร้างองค์การแบบที่ไม่เป็นประเพณีนิยม (Nontraditional Organization Structure) ไม่มีกฎ ข้อบังคับ และระเบียบในการทำงานที่แน่นอนตายตัว สมาชิกทุกคนมีความยืดหยุ่นและอิสระในการทำงาน สามารถทำการตัดสินใจในกรณีต่างๆ ให้เหมาะสมกับเหตุการณ์ ซึ่งทำให้องค์การมีความยืดหยุ่น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในงานที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ และมีนวัตกรรมใหม่ โครงสร้างองค์การแบบที่ไม่เป็นประเพณีนิยมมีข้อเสียจากการที่ไม่มีกฎระเบียบอย่างชัดเจน ทำให้บุคลากรเกิดความสับสนและขัดแย้งในบทบาทของตน จะส่งผลถึงการประสานงานและประสิทธิภาพในการทำงานขององค์การ รูปแบบโครงสร้างองค์การแบบที่ไม่เป็นประเพณีนิยม ได้แก่ โครงสร้างแบบทีมงาน โครงสร้างแบบโครงการเฉพาะกิจ และโครงสร้างแบบแมทริกซ์

6.2.2.3 โครงสร้างองค์การสมัยใหม่ เป็นโครงสร้างองค์การที่พัฒนาขึ้นตามกระแสพลวัตของสภาพแวดล้อมและอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้องค์การต้องปรับตัวให้มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวต่อการแข่งขัน (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และจิตยาพร เสมอใจ 2548)

รูปแบบโครงสร้างองค์การสมัยใหม่ ได้แก่ องค์การแนวราบ องค์การแบบโมดูลาร์ (Modular) และ องค์การแบบเสมือน

6.2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นการกำหนดความต้องการ สรรหา คัดเลือก บรรจุ ฝึกอบรม พัฒนา ธารรักษา และจูงใจบุคลากรภายใต้การบังคับบัญชาให้ปฏิบัติงาน ได้ตามที่ต้องการ การจัดบุคคลเข้าทำงานยึดหลัก การจัดคนให้เหมาะสมกับงาน และช่วงเวลา (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ 2548)

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ และนิตยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า การบริหารงาน บุคคลเป็นกระบวนการในการบริหารกำลังคนขององค์การ ผ่านทางการวางแผน นโยบาย กฎ ระเบียบ และขั้นตอนการทำงาน การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารงานบุคคล

การสรรหาบุคคล (Personal Recruitment) เป็นกระบวนการในการกำหนด ความต้องการ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรสนใจรับเข้าเป็นพนักงานให้สนใจสมัครเข้าร่วมงาน กับองค์การ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสรรหาบุคคลเข้าทำงาน คือ ความต้องการกำลังคนที่ใช้ ปฏิบัติงาน และความเหมาะสมของคนกับลักษณะงานที่จะทำ แหล่งที่มาในการสรรหาบุคลากร แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ จากภายในองค์การ และภายนอกองค์การ โดยอาจทำการสรรหาตาม ระบบคุณธรรม ระบบอุปถัมภ์ หรือระบบอาวุโส ตามนโยบายและความเหมาะสมของสถานการณ์ (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ และนิตยาพร เสมอใจ 2548)

การคัดเลือกบุคคล (Personal Selection) เป็นกระบวนการกลั่นกรองและ คัดสินใจเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับความต้องการของงาน เข้าร่วมงานกับองค์การ ซึ่งจะมี การดำเนินการแตกต่างกันบ้างตามตำแหน่งงานหรือความต้องการของหน่วยงาน (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ และนิตยาพร เสมอใจ 2548)

ค่าจ้างเป็นเงินที่บุคลากรได้รับจากการทำงานเป็นรายวันหรือตามทีตกลง ขณะที่เงินเดือนเป็นรายได้ที่บุคลากรได้รับจากการทำงานโดยเหมาจ่ายเป็นรายเดือน (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ และนิตยาพร เสมอใจ 2548) ค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจมีอิทธิพลต่อการบริหารงาน บุคคล เนื่องจากค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจเป็นต้นทุนที่มีความชัดเจนในสายตาของนายจ้างและเป็น รายได้ที่สำคัญในการดำรงชีวิตของพนักงาน ซึ่งอาจมีความต้องการที่สวนทางกัน องค์การต้องการ ที่จะจ่ายค่าจ้างน้อยๆ ขณะที่พนักงานต้องการผลตอบแทนสูงๆ จึงต้องหาจุดสมดุลที่ต่างฝ่ายต่าง ยอมรับได้

การธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Maintenance) ให้มีความรู้ ทักษะ ทศนคติที่ดี ความซื่อสัตย์ และความผูกพันต่อองค์การ อันก่อให้เกิดขวัญ และกำลังใจในการ ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นงานสำคัญในการรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพตามที่องค์การ

ต้องการ ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ฉะนั้นสิ่งที่มีความจำเป็น คือ ต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถ รวมทั้งทัศนคติที่พึงปรารถนาให้แก่พนักงาน โดยทำการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การสอนงาน การให้ปฏิบัติงานแทน หรือการให้ลาศึกษาต่อ เป็นต้น

6.2.4 การนำ (Leading) คือ การที่ผู้จัดการ หรือผู้นำ (Leader) ใช้ความสามารถและอิทธิพลในการชักจูงให้ผู้ตาม (Follower) อาจเป็นผู้ใต้บังคับบัญชาหรือบุคคลอื่นๆ ให้แสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและด้วยความเต็มใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ผู้นำกำหนด (ฉันทูพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548)

ฉันทูพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า ผู้นำ (Leader) หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้งขึ้น หรือได้รับการยอมรับจากสมาชิกให้เป็นหัวหน้ากลุ่ม โดยเป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหา ประสานงาน การดำเนินงานของกลุ่ม มักเกิดจากความยินยอมของสมาชิกมากกว่าการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ การแสดงภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลและใช้อำนาจเหนือบุคคลอื่นหรือผู้ตาม (Follower) เพื่อให้ทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายในสถานการณ์ต่างๆ

ฉันทูพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) หมายถึง กระบวนการต่างๆ ที่ร่างกาย และจิตใจ ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าให้เกิดการแสดงพฤติกรรมเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ความต้องการ (Need) ของบุคคลจะเป็นแรงขับ (Drive) ให้แสดงพฤติกรรม (Behavior) เพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการหรือเป้าหมาย (Goal) ถ้าบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการหรือแรงขับได้รับการตอบสนองแล้วแรงขับนั้นจะลดลงและจะไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรม แต่บุคคลอาจเกิดความต้องการอื่นอีกเป็นวงจรต่อกันไป ดังแบบจำลองที่แสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แบบจำลองเบื้องต้นของการจูงใจ

ที่มา : ฉันทูพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ, การจัดการ (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2548)

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลทำการถ่ายทอด (Transmit) ข่าวสาร ข้อมูล หรือสารสนเทศ โดยใช้สื่อต่างๆ ถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน การติดต่อสื่อสารภายในองค์การสามารถกระทำได้หลายวิธี โดยผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารตามความเหมาะสมของข้อจำกัดในแต่ละสถานการณ์ ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์การแบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง คือ การติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารตามโครงสร้างขององค์การ มักอยู่ในรูปของภาษาเขียนที่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเถาอรุ่น ซึ่งเปรียบเทียบกับสายโทรศัพท์ที่พาดกันไปมาเหมือนอรุ่น และการติดต่อสื่อสารแบบกึ่งทางการ เป็นช่องทางที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทำได้รวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารเข้ามาช่วย

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า ความขัดแย้ง หมายถึง การไม่ลงรอยกัน ความขัดแย้งของบุคคลเกิดจากการที่ต้องตัดสินใจเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างไม่เต็มใจเลือกหรือจำใจเลือก หรือการที่บุคคลตั้งแต่ 2 ฝ่าย หรือมากกว่ามีความแตกต่างกันใน ค่านิยม ความสนใจ แนวคิด วิธีการ และเป้าหมายที่จะต้องปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยที่ฝ่ายหนึ่งพยายามที่จะป้องกันหรือบีบบังคับเพื่อเป้าหมายบางอย่าง ขณะที่อีกฝ่ายพยายามต่อต้านการกระทำนั้น ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แทนที่จะให้ความขัดแย้งก่อความเสียหายให้แก่องค์การ โดยนำไปปรับใช้ในองค์การ ได้แก่ การใช้อำนาจบังคับ การกลมกลืน การบำรุงรักษา การต่อรอง การอยู่ร่วมกัน การตัดสินใจตามกฎ การให้ความร่วมมือ การปล่อยให้เป็นไป และการยอมให้

6.2.5 การควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการในการติดตาม ตรวจสอบ เปรียบเทียบ ผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายที่วางไว้ตามเกณฑ์และมาตรฐานที่มี ตลอดจน ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาให้ การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับจุดประสงค์และสถานการณ์ สามารถแบ่งประเภทของการควบคุมตามขั้นตอนการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ชนิด (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548)

6.2.5.1 การควบคุมก่อนดำเนินงาน (Precontrol) เป็นการควบคุมก่อนที่จะเริ่ม การดำเนินงานจริง มีอีกชื่อหนึ่งว่า การควบคุมไปข้างหน้า (Feed Forward Control) (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548) ผู้จัดการจะทำการควบคุมก่อนการดำเนินงาน โดยสร้าง นโยบาย กฎ และระเบียบต่างๆ เพื่อลดโอกาสของพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ที่จะเป็นสาเหตุของ ผลลัพธ์ที่ไม่เป็นที่ต้องการ

6.2.5.2 การควบคุมขณะการดำเนินงาน (Concurrent Control) เป็นการควบคุม ในขณะที่ปฏิบัติการเพื่อให้งานดำเนินไปตามกรอบ แนวทาง และสู่เป้าหมายที่กำหนด ซึ่งเป็นหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาในการบังคับบัญชาโดยตรงที่ต้องสั่งงาน ดูแล ติดตาม และ ตรวจสอบการดำเนินงานให้ได้ตามที่ต้องการ (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548) นอกจากนี้การควบคุมขณะการดำเนินงานจะไม่มุ่งเฉพาะที่จะควบคุมแต่พนักงานเท่านั้น แต่ยัง ครอบคลุมถึงการควบคุมปัจจัยต่างๆ เช่น การควบคุมประสิทธิภาพของเครื่องมือ หรือการควบคุม แผนกต่างๆ

6.2.5.3 การควบคุมภายหลังการดำเนินงาน (Feedback Control) เป็นการควบคุม ที่มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ (Output) จากการปฏิบัติงานที่ผ่านมาขององค์กร (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ 2548) ผู้จัดการจะทำการควบคุมภายหลังการดำเนินงานเพื่อตรวจสอบ ผลงานและแก้ไขข้อผิดพลาดจากการดำเนินงานในช่วงระหว่างเวลาที่สนใจ โดยพิจารณาไปที่ ผลการดำเนินงานในอดีต ซึ่งผู้ควบคุมอาจสนใจข้อมูลที่จะปัจจัย หรืออาจสนใจไปที่ความสัมพันธ์ ของปัจจัยหลายๆ ตัว เช่น กำไรสุทธิก่อนหักภาษีประมาณขาย หรือต้นทุนทางการตลาด เป็นต้น ปกติ องค์กรจะมีวิธีการควบคุมภายหลังการดำเนินงานที่สำคัญอันได้แก่ การวิเคราะห์งบการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุนมาตรฐาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการควบคุมคุณภาพ

จากการศึกษาแนวคิดการบริหารจัดการองค์กร สรุปได้ว่า การบริหารจัดการ องค์กร คือ การดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล ร่วมกันดำเนินการใด ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์กร การจัด คนเข้าทำงาน การสั่งการและควบคุมกิจการให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ของ องค์กร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีกระบวนการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ โดยบริหาร จัดการระบบงานและระบบคน ให้สามารถประสานทำงานร่วมกันได้ เพื่อให้ธุรกิจประสบ ความสำเร็จและดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

7. แนวคิดการบริหารการตลาด

7.1 ความหมายของการตลาด

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547 : 5) กล่าวว่า การตลาดในทางสังคม หมายถึง กระบวนการทางสังคมซึ่งบุคคลและกลุ่มได้รับการตอบสนองอย่างมีคุณค่าในสินค้าและบริการที่ ต้องการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547 : 5) กล่าวว่า การตลาดในทางการจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผนและปฏิบัติโดยอาศัยแนวคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด

การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถสนองความต้องการของบุคคลและบรรลุนิติวัตถุประสงค์ขององค์กร

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการการตลาด เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย การหาลูกค้า รักษาลูกค้า และเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยการสร้างสรรค์ ส่งมอบ และสื่อสารให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.2 แนวคิดในการดำเนินงานทางการตลาด ประกอบไปด้วย 6 แนวคิด ประกอบด้วย (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.2.1 แนวคิดการผลิต (The Production Concept) เป็นแนวคิดเก่าที่ยึดถือว่าผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายและราคาถูก จึงเน้นการผลิตจำนวนมาก มีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำและกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.2.2 แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ยึดถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด มีสมรรถนะใช้งานดีเยี่ยมหรือมีนวัตกรรมล่าสุด (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5) องค์กรที่ใช้แนวคิดนี้จะมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าคู่แข่งและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

7.2.3 แนวคิดการขาย (The Selling Concept) ยึดถือว่าลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เป็นองค์กร ต้องใช้วิธีการขายเชิงรุกและใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

7.2.4 แนวคิดการตลาด (The Marketing Concept) เน้นที่การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ไม่ใช่การหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ แต่จะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับลูกค้า แนวคิดนี้องค์กรต้องมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้า ส่งมอบสินค้า และสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้รับทราบถึงคุณค่าที่ลูกค้าได้รับในแต่ละตลาดเป้าหมาย แนวคิดการตลาดยึดอยู่กับปัจจัยหลัก 4 ประการคือ ตลาดเป้าหมาย (Target market) ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) การผสมผสานทางการตลาด (Integrated Marketing) และกำไรที่ได้จากความพอใจของลูกค้า (Profitability) แนวคิดการตลาดมุ่งจากภายนอกสู่ภายใน เริ่มต้นโดยการกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาความต้องการของลูกค้า ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า และทำกำไรจากการสนองความพึงพอใจให้ลูกค้า

7.2.5 แนวคิดทางด้านลูกค้า (The Customer Concept) ใช้วิธีแยกเสนอบริการและข่าวสารแก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เช่น คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะทางจิตวิทยา ตลอดจนความพึงพอใจที่มีต่อสื่อและการจัดจำหน่าย โดยหวังได้รับกำไรเพิ่มจากการได้ส่วนแบ่งที่

มากขึ้นจากการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละราย โดยการสร้างความภักดีแก่ลูกค้า (Customer Loyalty) และให้ความสำคัญต่อคุณค่าตลอดชีพของลูกค้า

7.2.6 แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (The Social Marketing Concept) เป็นกิจกรรมที่ทำให้บริษัทมีภาพลักษณ์ในสินค้าหรือบริการสู่ตลาดโดยสร้างสัมพันธ์กับ “สาเหตุหนึ่ง” หรือ “หลายสาเหตุ” เพื่อประโยชน์ร่วมกัน บริษัทที่ดำเนินการตลาดตามแนวคิดนี้เชื่อว่าจะทำให้บริษัทมีชื่อเสียง เพิ่มความภักดีต่อลูกค้า และสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น

7.3 การดำเนินการทางตลาด ต้องมีเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เรียกว่า 4P's ของการตลาด แต่สำหรับธุรกิจที่มีการบริการร่วมด้วย อาจจำแนกเครื่องมือนี้ออกเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ หรือที่เรียกว่า 7P's ประกอบด้วย

7.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งใด ๆ ที่ต้องการนำเสนอต่อตลาดเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการ (ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ 2547: 520) ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม บริการ ประสิทธิภาพ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์การ สารสนเทศ และความคิด

7.3.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5) ราคาเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายรับ นอกจากนั้นราคายังใช้เป็นเครื่องมือในการที่บริษัทสืบทอดไปยังตลาดถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือราคาสินค้า บริษัทต้องกำหนดราคาให้สัมพันธ์กับคุณค่าที่ให้กับลูกค้า ถ้าราคาสูงกว่าคุณค่าที่ได้รับ บริษัทจะพลาดโอกาสที่จะทำกำไรในอนาคต ถ้าราคาต่ำกว่าคุณค่าที่ได้รับ บริษัทจะเสียโอกาสในการเก็บเกี่ยวกำไร

7.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place) เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5) ช่องทางการตลาด ประกอบด้วย ช่องทางการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการบริการ

7.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนสาธารณชนทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.3.5 คน หรือ บุคลากร (People) ธุรกิจบริการคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญมาก และเป็นปัจจัยทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นมา จึงต้องมีการฝึกอบรมและจูงใจให้พนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้า มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทันที มีความริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.3.6 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้าได้รับรู้ และเกิดความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการ โดยตระหนักถึงคุณค่าที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

7.3.7 กระบวนการ (Process) เป็นการจักระบบบริการให้มีคุณภาพ และการส่งมอบบริการให้มีความแตกต่าง มีกระบวนการที่สร้างความไว้วางใจ สะดวกและรวดเร็ว (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 : 5)

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) แสดงถึงมุมมองจากผู้ขายซึ่งใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นผู้ซื้อ ส่วนทางด้านมุมมองของผู้ซื้อ เครื่องมือทางการตลาดถูกออกแบบเพื่อส่งมอบประโยชน์แก่ลูกค้า Robert Lauterborn แนะนำว่า 4P's ในมุมมองของผู้ขายจะสะท้อนถึง 4C's ในมุมมองของผู้ซื้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของ 4P's กับ 4C's

4P's	4C's
Product (ผลิตภัณฑ์)	Customer Solution (การแก้ปัญหาให้กับลูกค้า)
Price (ราคา)	Customer Cost (ต้นทุนของลูกค้า)
Place (การจัดจำหน่าย)	Convenience (ความสะดวก)
Promotion (การส่งเสริมการตลาด)	Communication (การติดต่อสื่อสาร)

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล, การบริหารการตลาด (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), 17.

บริษัทที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นบริษัทที่สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าด้วยความประหยัด สะดวก และมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้กับลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งต้องอาศัยความสามารถ 5 ประการ คือ

1. ทำความเข้าใจคุณค่าเพื่อลูกค้า
2. สร้างคุณค่านั้นขึ้นมา
3. ส่งมอบคุณค่าเพื่อลูกค้า
4. ยึดถือปฏิบัติ
5. รักษาคุณค่านั้นไว้ให้ดียิ่งขึ้น

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547 : 5) กล่าวว่า การดึงดูดลูกค้าและรักษาลูกค้า เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บริษัทต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการสูญเสียลูกค้าที่ทำกำไร มีผลกระทบอย่างมากต่อกำไรของบริษัท และเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่แล้ว จะสูงกว่าต้นทุนในการรักษาลูกค้าปัจจุบันถึง 5 เท่า ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีแนวทางในการรักษาลูกค้า เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เพื่อสร้างความผูกพันที่มั่นคงกับลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับคู่แข่งรายอื่น ๆ

จากการศึกษาแนวคิดการบริหารการตลาด สรุปได้ว่า การตลาดเป็นสิ่งสำคัญซึ่งองค์กรธุรกิจต้องคำนึงถึง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการทางการตลาดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's จะเห็นได้ว่า 4P's ในมุมมองของผู้ขายจะสะท้อนถึง 4C's ในมุมมองของผู้ซื้อ ดังนั้นธุรกิจของบริษัทจะประสบความสำเร็จได้ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าด้วยความประหยัด สะดวก การสื่อสารที่มีประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นการดึงดูดลูกค้าและสร้างความผูกพันที่มั่นคงกับลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับคู่แข่งรายอื่น

8. แนวคิดการบริหารการเงินและบัญชี

8.1 ความหมายการบริหารการเงินและบัญชี

สุพาดา สิริกุดตา (2546) กล่าวว่า การจัดการการเงิน (Financial Management) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาเงินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

สุพาดา สิริกุดตา (2546) กล่าวว่า การบัญชี หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานด้านเอกสาร สมุดบัญชีและทะเบียนต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่าง ๆ ขององค์กรและกิจการเหล่านี้มักจะเกี่ยวข้องกับตัวเลขทางการเงินขององค์กร ผู้ทำบัญชี มีหน้าที่จัดทำบัญชีโดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังนี้

8.1.1 การรวบรวม (Collecting) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้น ประจำวัน และหลักฐานข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ (สุพาดา สิริกุดตา 2546)

8.1.2 การบันทึก (Recording) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้น แต่ละครั้ง ให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป พร้อมกับบันทึกข้อมูลให้อยู่ในรูปของหน่วยเงินตรา (สุพาดา สิริกุดตา 2546)

8.1.3 การจำแนก (Classifying) หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จำแนกให้เป็นหมวดหมู่ของประเภทบัญชีต่าง ๆ เช่น หมวดทรัพย์สิน หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ เป็นต้น (สุพาดา สิริกุดตา 2546)

8.1.4 การสรุปข้อมูล (Summarizing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จำแนกให้เป็นหมวดหมู่มาแล้ว นำมาสรุปเป็นรายงานทางการเงิน แสดงถึงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของธุรกิจ ตลอดจนการได้มา และใช้ไปของเงินสดในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง (สุพาดา สิริกุดตา 2546)

8.2 ประเภทของบัญชี

8.2.1 การบัญชีการเงิน (Financial Accounting) เป็นการนำข้อมูลทางการเงินมาจัดทำบัญชีเพื่อจัดทำรายงานทางการเงินหรืองบการเงิน (Financial Statement) โดยจัดทำให้อยู่ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป งบการเงินแสดงถึงฐานะทางการเงิน ณ วันใดวันหนึ่ง และผลการดำเนินงานสำหรับงวดเวลาใดเวลาหนึ่ง ตลอดจนแสดงถึงการได้มาและการใช้ไปของเงินสด ณ วันใดวันหนึ่งด้วย งบการเงินที่จัดทำขึ้นนี้จะนำเสนอต่อบุคคลภายนอกองค์กร และผู้บริหาร (สุพาดา สิริกุดตา 2546 : 11)

8.2.2 การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) เป็นการใช้เทคนิคทางการบัญชีและการรวบรวมข้อมูลจากรายงานทางการเงินและข้อมูลจากฝ่ายต่าง ๆ โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวัด การวิเคราะห์ และการอธิบายผลข้อมูล เพื่อใช้ในการบริหาร การวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจ ตลอดจนการจัดทำงบประมาณ การกำหนดต้นทุนมาตรฐาน การตัดสินใจระยะสั้น และการวิเคราะห์โครงการลงทุน โดยข้อมูลที่รวบรวมและรายงานต่อฝ่ายบริหารต้องมีความถูกต้องตรงความต้องการ และทันต่อเวลา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (สุพาดา สิริกุดตา 2546 : 11)

8.2.3 การบัญชีต้นทุน (Accounting) หมายถึง การบัญชีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวัด การจดบันทึก การจำแนก การปันส่วน การสรุปและการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับผู้บริหาร (สุพาดา สิริกุดตา 2546 : 32) จุดประสงค์ของระบบการบัญชีต้นทุนเพื่อคำนวณหาต้นทุนรวมและต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยระบบการบัญชีต้นทุนมี 2 ระบบ คือ

8.2.3.1 ระบบบัญชีต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Cost Accounting System) เป็นระบบบัญชีที่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของงานสั่งทำ จะดำเนินการผลิตต่อเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและจะบันทึกต้นทุนแยกตามงานสั่งทำแต่ละงาน เพื่อช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคาขาย และใช้ควบคุมการปฏิบัติงานได้ (สุพาดา สิริกุดตา 2546)

8.2.3.2 ระบบบัญชีต้นทุนช่วง (Process Cost Accounting System) เป็นระบบบัญชีต้นทุนที่สะสมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของแผนกต่าง ๆ หรือกระบวนการต่าง ๆ ในการผลิต เพื่อใช้สำหรับรวบรวมต้นทุนการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นช่วง ๆ ตามงวดเวลาที่กำหนด (สุพาดา สิริกุตตา 2546)

พิบูล ทีปะปาล (2546 : 203 - 206) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม จำเป็นต้องมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง หากมีการวางแผนระบบบัญชีที่ดี จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านฐานะทางการเงินของบริษัทกับหุ้นส่วนหรือผู้ที่สนใจต้องการลงทุนกับบริษัททราบ ดังนั้นผู้บริหารจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการบริหารการเงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กรซึ่งผู้บริหารจะต้องทำการตัดสินใจด้านการเงิน ดังนี้

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน (Investment Decision) หรือการจัดงบประมาณการลงทุน (Capital Budgeting) คือการจัดสรรเงินทุน และทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในโครงการต่าง ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ สินทรัพย์ และใช้ในแผนกต่าง ๆ ขององค์กร การตัดสินใจกำหนดงบประมาณการลงทุนที่เหมาะสม เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ

2. การตัดสินใจด้านการจัดหาเงินทุน (Financing Decision) เป็นการพิจารณา กำหนดโครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) บริษัทให้ดีที่สุด โดยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้เงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การออกหุ้น การขายสินทรัพย์ เป็นต้น การตัดสินใจด้านการจัดหาเงินทุน จำเป็นต้องพิจารณาถึงความต้องการของเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และต้องพิจารณาว่าควรจัดหาจากแหล่งเงินทุนภายในและภายนอก หรือจากทั้งสองแหล่งในอัตราส่วนเท่าใด จึงเหมาะสม

3. การตัดสินใจเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผล (Dividend Decision) ผู้ถือหุ้น บางครั้งบริษัทจะไม่จ่ายเงินปันผลแต่นำเงินปันผลมาใช้ประโยชน์เป็นต้นทุน เพื่อขยายการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว หากบริษัทดำเนินงานประสบผลสำเร็จมีกำไรและยอดขายเพิ่มขึ้น จะส่งผลสะท้อนทำให้ราคาหุ้นสูงขึ้นด้วย

สุพาดา สิริกุตตา (2546 : 369) กล่าวว่า การวิเคราะห์งบการเงิน (Financial Statement) จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลทางการเงินมาใช้ในการพิจารณาหรือตัดสินใจเกี่ยวกับธุรกิจในด้านต่าง ๆ และประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อทราบถึงจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ในการดำเนินงานของกิจการ โดยการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกิจการกับกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน และสามารถประเมินแนวโน้มฐานะทางการเงินของกิจการได้เป็นอย่างดี

8.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

สุพาดา สิริกุตตา (2546 : 369) กล่าวว่า อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลตัวเลข 2 รายการจากงบการเงินของธุรกิจ ข้อมูลที่นำมาใช้คำนวณอัตราส่วนทางการเงินมาจากข้อมูลในงบดุลและงบกำไรขาดทุน อัตราส่วนทางการเงินที่ธุรกิจคำนวณได้สามารถนำไปวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ของธุรกิจทางด้านสภาพคล่องทางการเงิน ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ ความสามารถในการก่อหนี้ และความสามารถในการทำกำไร ซึ่งผลการวิเคราะห์จะทำให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจได้ โดยนำอัตราส่วนทางการเงินที่คำนวณได้ไปเปรียบเทียบกับ ในการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน แบ่งออกเป็นอัตราส่วนใหญ่ ๆ คือ

8.3.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ (Solvency Analysis) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความสามารถของธุรกิจในการจ่ายชำระหนี้หมุนเวียนและหนี้สินไม่หมุนเวียน (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369) ปกติแล้วจะพิจารณาจากงบดุล จะทำการวิเคราะห์อัตราส่วนต่าง ๆ ดังนี้

8.3.1.1 การวิเคราะห์สภาพคล่อง หรืออัตราส่วนวัดสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการจ่ายชำระหนี้สินในระยะสั้นหรือหนี้สินหมุนเวียน จึงเป็นอัตราส่วนที่เจ้าหนี้หรือผู้ให้กู้ระยะสั้นใช้ในการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ จะทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ดังนี้ (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369)

8.3.1.1.1 เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital)

8.3.1.1.2 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

8.3.1.1.3 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Acid-test Ratio Quick Ratio)

8.3.1.2 อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity Ratio or Leverage Ratio) เป็น อัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารสินทรัพย์ของธุรกิจประกอบด้วย (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369)

8.3.1.2.1 การวิเคราะห์ลูกหนี้ (Accounts Receivable Analysis)

8.3.1.2.2 การวิเคราะห์สินค้าคงเหลือ (Inventory Analysis)

8.3.1.3 อัตราส่วนวัดสภาพหนี้สิน (Debt or Leverage Ratio) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการก่อหนี้ระยะยาวของธุรกิจ (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369) ผู้ให้กู้จะพิจารณาจากการดำเนินงานของธุรกิจ ทางด้านการเงิน และพิจารณาจากสัดส่วนหนี้สินต่อโครงการประกอบด้วย

8.3.1.3.1 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม

8.3.1.3.2 อัตราส่วนสินทรัพย์ถาวรต่อหนี้ระยะยาว

8.3.1.3.3 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

8.3.1.3.4 ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

8.4 วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Analysis) ขึ้นอยู่กับประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่างๆ กับความสามารถในการจัดหาทรัพยากรมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร มุ่งที่ความสัมพันธ์ระหว่างผลของการดำเนินงานที่รายงานอยู่ในงบกำไรขาดทุน และความสามารถในการจัดทรัพยากรของธุรกิจที่รายงานอยู่ในงบดุล ประกอบด้วยอัตราส่วน ดังนี้

8.4.1 อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้ในการหารายได้จากการดำเนินงาน และจากการลงทุนในสินทรัพย์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับยอดขายและการลงทุน ประกอบด้วย (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369)

8.4.1.1 อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

8.4.1.2 อัตราส่วนยอดขายสุทธิต่อสินทรัพย์

8.4.1.3 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

8.4.1.4 อัตราผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น

8.4.1.5 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ

8.4.2 อัตราส่วนทางการตลาดของหุ้น (Marketability Ratio) เป็นอัตราส่วนที่วัดผลตอบแทนจากการถือหุ้น และการลงทุนซื้อหุ้นว่ามีผลตอบแทนจำนวนเท่าใด ประกอบด้วย (สุพาดา สิริกุตตา 2546 : 369)

8.4.2.1 กำไรต่อหุ้นของหุ้นสามัญ

8.4.2.2 อัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรของหุ้นสามัญ

8.4.2.3 เงินปันผลต่อหุ้นของหุ้นสามัญ

8.4.2.4 อัตราผลตอบแทนเงินปันผล

8.4.2.5 มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น

สุพาดา สิริกุตตา (2546 : 369) กล่าวว่า การบริหารการเงินและบัญชี เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากสามารถนำงบการเงินไปใช้เป็นข้อมูลในการบริหาร การวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจได้ นอกจากนั้นงบการเงินยังเป็นรายงานที่สามารถวัดถึงผลการปฏิบัติงานในอดีต และใช้ประมาณเพื่อใช้ในการวางแผนการตัดสินใจในอนาคตได้

จากการศึกษาแนวคิดการบริหารการเงินและบัญชี สรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ตาม จำเป็นต้องมีระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง มีการวางแผนระบบบัญชีที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจในฐานะทางการเงินของบริษัทกับหุ้นส่วนหรือผู้ที่สนใจ

ต้องการลงทุนกับบริษัท ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องมีการบริหารการเงินและบัญชีอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นข้อมูลในการวางแผน ตัดสินใจ ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

9. แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์

9.1 ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2545 : 15) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหาร ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับงานบุคลากรหรือบุคคลที่ต้องปฏิบัติงานเกี่ยวกับบุคลากรขององค์การร่วมกันใช้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการสรรหา การคัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าไปปฏิบัติงานในองค์การ พร้อมทั้งการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน และมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม

สมพงษ์ เกษมสิน (2526 : 5 - 6) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวางแผน นโยบาย ระเบียบ กรรมวิธี ในการดำเนินการเกี่ยวกับบุคคลที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับตัวบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์การ ให้ได้บุคคลที่เหมาะสมและบำรุงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ให้มีปริมาณเพียงพอเพื่อการปฏิบัติงานบรรลุสำเร็จตามเป้าหมาย

เพ็ญศรี วายวานนท์ (2537 : 9) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ งานการจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคนทำงานเกี่ยวกับการกำหนดและดำเนินนโยบายในด้านการวางแผน กำลังคน การจัดหาและการคัดเลือกคนทำงาน การพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การสานสัมพันธ์เพื่อการธำรงรักษากำลังคน และการฟื้นฟูสภาพการทำงานอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อความมุ่งหมายให้คนทำงานอยู่ดี และเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จขององค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ จากความหมายที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการในการสรรหา คัดเลือก ใช้ประโยชน์ และรักษาคืนไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานให้กับองค์กร และจัดหาคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ

9.2 ความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

พยอม วงศ์สารศรี (2536 : 5 - 6) สรุปความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ไว้ดังนี้

9.2.1 ช่วยพัฒนาองค์การให้เจริญเติบโต เพราะการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นสื่อกลางในการประสานงานกับแผนต่าง ๆ เพื่อแสวงหาวิธีการให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาทำงานในองค์การ เมื่อองค์การได้บุคคลที่มีคุณสมบัติดังกล่าวย่อมทำให้องค์การเจริญเติบโตและพัฒนายิ่งขึ้น

9.2.2 ช่วยให้ผู้คนที่ปฏิบัติงานในองค์กรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ตนปฏิบัติงาน

9.2.3 ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงแก่สังคมและประเทศชาติ ถ้าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพแล้วย่อมไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างองค์กร

9.3 กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

9.3.1 การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) หมายถึง กระบวนการที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ทราบถึงเนื้อหาลักษณะงาน คุณสมบัติของผู้มาปฏิบัติงาน และขอบเขตของงานนั้น ๆ (พยอม วงศ์สารศรี 2536)

9.3.2 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) เป็นการคาดการณ์วางแผน จนกระทั่งกำหนดวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับงานบุคคล เช่น การวางแผนจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับ ปริมาณ ชนิด และตำแหน่งของงานในองค์กร (พยอม วงศ์สารศรี 2536)

9.3.3 การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร (Recruitment and Selection) เป็นกระบวนการในการค้นหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน (พยอม วงศ์สารศรี 2536) การนำเอาข้อมูลจากการวิเคราะห์งานที่เกี่ยวกับหน้าที่ ความรับผิดชอบ คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานมาเป็นเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในองค์กร

9.3.4 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร (Training and Development) เป็นกระบวนการเตรียมความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต (พยอม วงศ์สารศรี 2536) เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของบุคลากร อาจล้าสมัย จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

9.3.5 การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) เป็นกระบวนการในการควบคุมทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พยอม วงศ์สารศรี 2536) นอกจากนี้ยังทำการประเมินผลงาน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการให้ผลตอบแทนแก่บุคลากร

9.3.6 การกำหนดค่าตอบแทน (Compensation) และการให้สวัสดิการในการทำงาน ค่าตอบแทน คือ การให้ผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ แก่พนักงานหรือบุคลากร เช่น เงินเดือน เงินค่าจ้าง เงินชดเชย เพื่อเป็นการตอบแทนการทำงานและเพื่อจูงใจให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ (พยอม วงศ์สารศรี 2536) การกำหนดค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับภาระงาน และประเภทของงานส่วนสวัสดิการในการทำงาน เป็นสิ่งที่องค์กรจัดให้แก่บุคลากรนอกเหนือจากค่าจ้างตามผลการทำงาน เพื่อให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็ม

ความสามารถ โดยสวัสดิการที่นิยมให้กับพนักงาน ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาล รถรับ-ส่ง ที่พักอาศัย เงินโบนัสประจำปี วันลาป่วย ลาภกิจ สโมสรกีฬาและกิจกรรมสันทนาการ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สรุปได้ว่า แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นแนวคิดหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เช่น การสรรหาหรือคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าไปปฏิบัติงานในองค์กร มีการพัฒนาทักษะความรู้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม จะส่งผลดีต่อองค์กรธุรกิจ ทำให้องค์กรธุรกิจมีการเจริญเติบโตและพัฒนาไปในทางที่ดียิ่งขึ้น

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ

10.1 งานวิจัยในประเทศ

นราเขต ยิ้มสุข (2552) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ และความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง สำหรับความเชื่ออำนาจในตน ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง และความสำเร็จของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

เพ็ญจันทร์ ดันติวิมลจกร (2552) ทำการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการองค์การของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก องค์การที่มีลักษณะทั่วไปด้านประเภทองค์การ ประเภทการค้าเนินงาน จำนวนการจ้างแรงงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร และสัดส่วนการจำหน่ายที่แตกต่างกันมีปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจไม่แตกต่างกัน

เดโช ธนโชคจินดา (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในโครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นมีปัจจัยต่างๆมากมายที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ โดยแต่ละปัจจัยนั้นส่งผลต่อตัวธุรกิจในระดับที่แตกต่างกัน แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นหลักตรงกันว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่ทำให้พวกเขาเหล่านั้นประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้นคือ การที่ตัวผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจก่อน เป็นอย่างแรกส่วนปัจจัยถัดมาที่ช่วยเสริมให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นจะมาจากปัจจัยดังนี้ คือ ตัวสินค้าและบริการต้องมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด และบุคลากรต้องมีทักษะ มุ่งมั่นและความตั้งใจทำงาน อีกทั้งผู้วิจัยเพิ่มเติมใน

ส่วนของผู้ประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการกับทางภาครัฐเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ปัจจัยความสำเร็จในครั้งนี้ด้วยเช่นกัน

นวรัตน์ ชนาพรณ (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงาน ภูมิ ความรู้ความชำนาญ เชวณ้เชิงปฏิบัติ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจ อาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบการ วางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์และการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ ภูมิความรู้ความชำนาญด้านระยะเวลา ในการศึกษาและประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่วนกลยุทธ์แบบตั้งรับมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสำเร็จ แต่ไม่พบ ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาส ภูมิความรู้ความชำนาญ ด้านความชำนาญในวิชาชีพ และเชวณ้เชิงปฏิบัติกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยัง พบว่า กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์และการแสวงหาโอกาสมิมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ประสบการณ์ในการบริหาร กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระยะเวลา ในการศึกษาและเชวณ้เชิงปฏิบัติ ส่วนกลยุทธ์การตั้งรับมีความสัมพันธ์เชิงลบกับระยะเวลาใน การศึกษาแต่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญกับเชวณ้เชิงปฏิบัติ ทั้งนี้ ยังพบว่ากลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบการตั้งรับและการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์มี ความสามารถในการทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการด้วย

ปรัชญา คณาภูเศรษฐ (2549) ศึกษาเรื่อง กระบวนการพัฒนาตนเองเพื่อเป็น ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย: กรณีศึกษา ร้านขนมที่ดำเนินธุรกิจระดับขึ้นได้มั่นคง ณ เสริมาร์เกิด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย ระดับขึ้นได้มั่นคง ดังนี้

1. เนื้อหากลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการร้านขนมที่ดำเนินธุรกิจระดับขึ้นได้มั่นคง ณ เสริมาร์เกิด ใช้ดำเนินกิจการ คือ คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้า และ ทำเลที่ตั้ง
- 2) กลยุทธ์ในการดำเนินงานทั้ง 4 แบบ คือ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ กลยุทธ์การ วางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส และ กลยุทธ์การตั้งรับ ไม่สามารถสรุปได้ว่ามี ความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จ 3) ผู้ประกอบการร้านขนมที่ดำเนินธุรกิจระดับขึ้นได้มั่นคง ณ เสริมาร์ เกิด มีคุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เพียง 5 ด้าน จาก 6 ด้าน คือ ลักษณะ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) ลักษณะความมีนวัตกรรม (Innovationness) ลักษณะ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ลักษณะมีความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) และ ลักษณะความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) มีความสัมพันธ์ต่อ ความสำเร็จ และ ความชำนาญในอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จ

2. ภูมิความรู้ความชำนาญ พบว่า ความรู้ความชำนาญในอาชีพ ประกอบด้วย การเลือกทำเล การตั้งราคา การกำหนดเงื่อนไขฝากขาย การบรรจุสินค้า การประมาณการขาย การวางแผนการผลิต ตรวจสอบคุณภาพ การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่ง และ การทำบัญชีรับ-จ่าย

3. การสร้างกระบวนการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการในวิสาหกิจรายย่อย ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรม คือ การประเมินคุณลักษณะผู้ประกอบการ และการดำเนินกิจการ

วรรณิ์ สุนทรวัดน์ (2548) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติในการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย สินค้าที่ครบและหลากหลาย มีบริการที่รวดเร็ว พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ สถานที่จอดรถมีความสะดวก ความถูกต้องของราคา และมีส่วนลดพิเศษต่างๆ ในด้านความสนใจในการใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้างต่างชาติมีความสัมพันธ์กับอาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน

ศรินทิพย์ ภัสดาวงศ์ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในธุรกิจประเภทสินค้าของขวัญและของประดับตกแต่งบ้าน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นขนาดย่อมไปจนถึงขนาดกลาง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีพื้นฐานและประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับของขวัญและของประดับตกแต่งบ้านมาก่อน ปัจจัยทางด้านการตลาดและการแข่งขันเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ รองลงมาเป็นปัญหาด้านการบริหารจัดการและการเงิน ปัญหาด้านการผลิตและเทคโนโลยี และปัญหาทางด้านบุคลากรและแรงงานตามลำดับ และปัจจัยที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ ความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ รองลงมาเป็นกลยุทธ์ในการทำการตลาดเชิงรุก และการให้ความสำคัญต่อการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องตามลำดับ

สุมินทร์ญามาศ ทิพย์วงศา (2548) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การตลาดของร้านวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการ ประกอบด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านลักษณะกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย

หทัยรัตน์ ลิ้มถวิล (2548) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า เพื่อซ่อมแซมบ้าน/อาคาร/โรงเรียน/รัฐ

2. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านวัสดุก่อสร้างให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางมาตรฐานที่ร้านวัสดุก่อสร้างในด้านราคาแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมารับบริการโดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน แต่ลูกค้าที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่างๆ การกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม ความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้า

ชูเกียรติ จากใจชน (2546) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์การให้มีการเจริญเติบโตสูงจะต้องมีความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับสูง

ภาณี อุบลศรี (2546) ทำการศึกษาเปรียบเทียบความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและการบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงมีค่าเฉลี่ยลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำ

ชลปิ่น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่ายและการบริการ การจัดลำดับความสำคัญของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจมากที่สุด และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์จัดอยู่ใน 3 อันดับแรก

10.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เกลเดอร์เรน และ เฟรส์เซอร์ (Gelderen and Frese 1998 : 234 – 248, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550 : 30) ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมในเมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่ก่อตั้งธุรกิจมาไม่เกิน 5 ปี โดยทำการศึกษา ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกันใน 2 ระยะ ช่วงเวลาห่างกัน 16 เดือน ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 2 ช่วงเวลา กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ ส่วนในช่วงที่สอง เมื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นแล้ว การวางแผนอย่างสมบูรณ์จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ

บรอกคอส (Brockhaus 1980, อ้างถึงใน ชูเกียรติ จากใจชน 2546 : 14 - 15) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความเชื่ออำนาจในตนเอง (Internal Locus of Control) ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว ซึ่งทำการศึกษาเปรียบเทียบผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จกับประสบความสำเร็จล้มเหลวของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 31 คน ในประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่ออำนาจในตนเองสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่ล้มเหลว และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมดกับบุคคลทั่วไปและกลุ่มผู้จัดการ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมดมีความเชื่ออำนาจในตนเองสูงกว่าบุคคลทั่วไป

สมิธ และ ไมเนอร์ (Smith and Miner 1984, อ้างถึงใน ชูเกียรติ จากใจชน 2546 : 13) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มอาชีพอื่น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ จะมีความต้องการความสำเร็จสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพอื่นอย่างมีนัยสำคัญ

พิกเกิล (Pickle 1964, อ้างถึงใน ชลขันธ์ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ 2539 : 14) ได้ทำการศึกษาวิจัยโดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 97 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นจะมีความต้องการประสบความสำเร็จของการทำงานสูง ซึ่งประกอบด้วย การมีความรับผิดชอบ มีความว่องไว มีความคิดริเริ่ม มีความมั่นคงทางจิตใจ และมีความทะเยอทะยาน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินลงทุน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้าง ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ความมีเหตุผลทาง

เศรษฐศาสตร์ ส่วนปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคล และด้านการเงิน ส่วนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง

ผลจากการศึกษาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการค้นคว้าข้อมูลในการสร้างกรอบแนวคิด ออกแบบสอบถาม เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน: กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อันได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ หลังจากวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้เลือก ปรับปรุง และสังเคราะห์ใหม่เพื่อให้เข้ากับแนวทางการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสำรวจโดยออกแบบสอบถาม ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ใช้ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความจากหนังสือต่างๆ การสำรวจในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ขั้นตอนและวิธีการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม ที่ก่อตั้งและดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดและมีโอกาสเจริญเติบโตในระยะยาว (วิชัย โสสุวรรณจินดา 2549) ผู้ประกอบการทั้งสิ้น มีจำนวน 147 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม 2549)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างจากวิธีของ Yamane (สูตรธรรม รัตนโชติ 2551 : 95) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวนตัวอย่างคำนวณได้จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ระดับความผิดพลาด (0.05)

$$\text{แทนค่าได้} \quad n = \frac{147}{1 + 147(0.05^2)}$$

$$n = 108$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 108 คน

1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น ผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่ก่อตั้งและดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี และมีลูกจ้างไม่ต่ำกว่า 2 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติ โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและข้อมูลพื้นฐานทางธุรกิจเกี่ยวกับร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง พัฒนามาจากแนวคิดของ เฟรส์เซอร์ (Frese 2000) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาก่อตั้งธุรกิจ จำนวนลูกจ้างในธุรกิจ เงินลงทุน คำถามเป็นแบบปลายปิด แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) และเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Best Answer)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ พัฒนามาจากแนวความคิดของ เฟรส์เซอร์ (Frese 2000) แบ่งความสำเร็จเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มาตรฐานวัดที่ใช้เลือกคำตอบมี 5 ระดับ คือ

คะแนน 5 หมายถึง	ความสำเร็จมากที่สุด
คะแนน 4 หมายถึง	ความสำเร็จมาก
คะแนน 3 หมายถึง	ความสำเร็จปานกลาง
คะแนน 2 หมายถึง	ความสำเร็จน้อย
คะแนน 1 หมายถึง	ความสำเร็จน้อยที่สุด

การพิจารณาระดับคะแนนความสำเร็จของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด 2541 : 82) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความสำเร็จอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำเร็จอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พัฒนามาจากแนวคิดของ แคร็ด (Caird 1993 : 11 - 20) และ สุรพล เพิ่มผล (2532) ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ด้าน โดยดัดแปลงแบบสอบถามจากชูเกียรติ จากใจชน (2546) ในด้านความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม สำหรับด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ ดัดแปลงจากแบบสอบถามของ ชลเย็น หงส์ไพศาล (2539) โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มาตรการที่ใช้เลือกคำตอบมี 5 ระดับ คือ

ตารางที่ 3 การให้คะแนนตามแบบ Rating Scale

	การให้คะแนนคำถามเชิงบวก	การให้คะแนนคำถามเชิงลบ
สอดคล้องมากที่สุด	5	1
สอดคล้องมาก	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่สอดคล้อง	2	4
ไม่สอดคล้องมากที่สุด	1	5

การพิจารณาระดับคะแนนความสำเร็จของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2541 : 82) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับต่ำที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคล และด้านการเงิน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มาตรฐานที่ใช้เลือกคำตอบมี 5 ระดับ คือ

คะแนน 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนน 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนน 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

การพิจารณาระดับคะแนนความสำเร็จของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2541 : 82) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้
 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด
 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

3.1 สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากเอกสาร และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

3.2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหาโดยการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้ (สุธรรม รตนโชติ 2551 : 120 - 124)

+1 เมื่อข้อคำถามสอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา

-1 เมื่อข้อคำถามไม่สอดคล้องตามประเด็นหลักของเนื้อหา

ผลจากการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ดังตารางที่ 4 นี้

ตารางที่ 4 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามข้อที่	ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
1.	1	1	1	3	1.00
2.	1	1	1	3	1.00
3.	1	1	1	3	1.00
4.	1	1	1	3	1.00
5.	1	1	1	3	1.00
6.	1	1	1	3	1.00
7.	1	1	1	3	1.00
8.	1	1	1	3	1.00
9.	1	1	1	3	1.00
10.	1	1	1	3	1.00
11.	1	1	-1	1	0.33
12.	1	1	-1	1	0.33
13.	1	1	-1	1	0.33
14.	1	1	-1	1	0.33
15.	1	1	1	3	1.00
16.	1	1	1	3	1.00
17.	1	1	1	3	1.00
18.	1	1	1	3	1.00
19.	1	1	1	3	1.00
20.	1	1	1	3	1.00
21.	1	1	1	3	1.00
22.	1	1	1	3	1.00
23.	1	1	1	3	1.00
24.	1	1	1	3	1.00
25.	1	1	1	3	1.00
26.	1	1	1	3	1.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แบบสอบถามข้อที่	ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
27.	1	1	1	3	1.00
28.	1	1	1	3	1.00
29.	1	1	1	3	1.00
30.	1	1	1	3	1.00
31.	1	1	1	3	1.00
32.	1	1	1	3	1.00
33.	1	1	1	3	1.00
34.	1	1	1	3	1.00
35.	1	1	1	3	1.00
36.	1	1	1	3	1.00
37.	1	1	1	3	1.00
38.	1	1	1	3	1.00
39.	1	1	1	3	1.00
40.	1	1	1	3	1.00
41.	1	1	1	3	1.00
42.	1	1	1	3	1.00
43.	1	1	1	3	1.00
44.	1	1	1	3	1.00
45.	1	1	1	3	1.00
46.	1	1	1	3	1.00
47.	1	1	1	3	1.00
48.	1	1	1	3	1.00
49.	1	1	1	3	1.00
50.	1	1	1	3	1.00
51.	1	1	1	3	1.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แบบสอบถามข้อที่	ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
52.	1	1	1	3	1.00
53.	1	1	1	3	1.00
54.	1	1	1	3	1.00
55.	1	1	1	3	1.00
56.	1	1	1	3	1.00
57.	1	1	1	3	1.00
58.	1	1	1	3	1.00
59.	1	1	1	3	1.00
60.	1	1	1	3	1.00
61.	1	1	1	3	1.00
62.	1	1	1	3	1.00
63.	1	1	1	3	1.00
64.	1	1	1	3	1.00
65.	1	1	1	3	1.00
66.	1	1	1	3	1.00
67.	1	1	1	3	1.00
68.	1	1	1	3	1.00
69.	1	1	1	3	1.00
70.	1	1	1	3	1.00
71.	1	1	1	3	1.00
72.	1	1	1	3	1.00
73.	1	1	1	3	1.00
74.	1	1	-1	1	0.33
75.	1	1	1	3	1.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แบบสอบถามข้อที่	ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
76.	1	1	1	3	1.00
77.	1	1	-1	1	0.33
78.	1	1	1	3	1.00

3.4 คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (สุธรรม รัตนโชติ 2551 : 120) เพื่อให้ได้แบบ สอบถามที่มีคุณภาพ พร้อมจัดพิมพ์

3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้ว ไปทดลองใช้ (Try -Out) กับผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน

3.6 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) จากการทดสอบก่อน ใช้งานจริง พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ปรากฏตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ชนิดของแบบสอบถาม	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
1. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	9	.9369
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	31	.9455
3. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ	26	.9512

จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาข้างต้นแสดงว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพทั้งความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเชื่อมั่นในระดับที่ใช้ได้ดีเนื่องจาก มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .70 ขึ้นไป (สุธรรม รัตนโชติ 2551 : 136)

3.7 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วมาตรวจแก้ไข ปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้วนำเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2554 – กุมภาพันธ์ 2555 โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังนี้

ตารางที่ 6 ระยะเวลาดำเนินงาน

รายการ	2554							2555		
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
ศึกษาความเป็นมาและความสำคัญ	↔									
ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔	↔	↔							
เก็บและรวบรวมข้อมูล	↔			↔	↔	↔	↔			
วิเคราะห์ข้อมูล						↔	↔	↔		
สรุปผลการวิจัย							↔	↔	↔	
นำเสนอผลงานวิจัย								↔	↔	↔
ทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔

5. วิธีการเก็บข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอน ดังนี้

5.1 เลือกตัวอย่างจากจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling Design) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการจับสลาก จนครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ

5.2 นำแบบสอบถามที่ได้ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 6.1 นำแบบสอบถาม ที่คัดเลือกทั้งหมดลงหมายเลขประจำฉบับ
- 6.2 จัดทำคู่มือลงรหัส (Code Book)
- 6.3 นำข้อมูลทั้งหมดลงรหัส เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
- 6.4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัย
- 6.5 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 6.6 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้โดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria)
- 6.7 ทดสอบสมมติฐานข้อ 1 โดยเปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกตามเพศ อายุ เงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างในธุรกิจ โดยใช้ค่าสถิติ t-test และ F-test กำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบภายหลัง (Post hoc Test) โดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's)
- 6.8 ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 – 3 โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)
- 6.9 วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 108 คน มาวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย จำแนกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 108 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 7 - 10

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 45 ปี	46 – 50 ปี	51 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
ชาย	19	23	12	25	79
	(17.59)	(21.30)	(11.11)	(23.15)	(73.15)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

เพศ	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 45 ปี	46 – 50 ปี	51 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
หญิง	10 (9.26)	8 (7.41)	9 (8.33)	2 (1.85)	29 (26.85)
รวม	29 (26.85)	31 (28.70)	21 (19.44)	27 (25.00)	108 (100.00)

ตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 73.15 อายุ 46 – 50 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาคืออายุไม่เกิน 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.85 และมีอายุ 51 – 55 ปีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.44

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ปริญญาตรี	
ชาย	22 20.37	13 12.04	26 24.07	18 16.67	79 73.15
หญิง	5 4.63	4 3.70	13 12.04	7 6.48	29 26.85
รวม	27 25.00	17 15.74	39 36.11	25 23.15	108 100.00

ตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้การศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.11 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ

25 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.15 และมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

เงินลงทุนเริ่มต้น	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				รวม
	5 – 10 ปี	11 – 15 ปี	16 – 20 ปี	21 ปีขึ้นไป	
ไม่เกิน 50,000 บาท	2 (1.85)	12 (11.11)	11 (10.19)	0 (.00)	25 (23.15)
50,001 – 100,000 บาท	11 (10.19)	0 (.00)	1 (.93)	11 (10.19)	23 (21.30)
100,001 – 500,000 บาท	5 (4.63)	7 (6.48)	21 (19.44)	1 (0.93)	34 (31.48)
มากกว่า 500,000 บาท	4 (3.70)	3 (2.78)	2 (1.85)	17 (15.74)	26 (24.07)
รวม	22 (20.37)	22 (20.37)	35 (32.41)	29 (26.85)	108 (100.00)

ตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารังนี้ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ 100,001 – 500,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.48 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 – 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.41 และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 – 10 ปี และ 11 – 15 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.37 เท่ากัน

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เงินลงทุนเริ่มต้น	จำนวนลูกจ้างในธุรกิจ		รวม
	2 – 5 คน	มากกว่า 5 คน	
ไม่เกิน 50,000 บาท	25	0	25
	(23.15)	(.00)	(23.15)
50,001 – 100,000 บาท	23	0	23
	(21.30)	(.00)	(21.30)
100,001 – 500,000 บาท	23	11	34
	(21.30)	(10.19)	(31.48)
มากกว่า 500,000 บาท	5	21	26
	(4.63)	(19.44)	(24.07)
รวม	76	32	108
	(70.37)	(29.63)	(100.00)

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ส่วนใหญ่มีลูกจ้าง 2 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 70.37 และมากกว่า 5 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.63

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์
ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 11 - 17

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า
วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ความต้องการความสำเร็จ	4.15	.51	มาก
ความเชื่อในอำนาจในตน	3.40	.70	ปานกลาง
ความกล้าเสี่ยง	3.14	.91	ปานกลาง
ความคิดในเชิงนวัตกรรม	3.02	1.01	ปานกลาง
ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	4.18	.59	มาก
ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	4.11	.64	มาก
รวม	3.73	.44	มาก

ตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ มีระดับคุณลักษณะอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 4.15 และ 4.11 ตามลำดับ ขณะที่ระดับคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความคิดในเชิงนวัตกรรม มีระดับคุณลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 3.14 และ 3.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จ
ของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัด
นครปฐม

ความต้องการความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านมักเลือกทำงานที่ค่อนข้างยากและท้าทาย	3.60	.67	มาก
ท่านต้องการทราบผลลัพธ์ของงานที่ได้ทำไปแล้ว เพื่อนำมากำหนดมาตรฐานในการทำงานครั้งต่อไปให้ได้ดียิ่งขึ้น	4.24	.70	มากที่สุด

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความต้องการความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านพยายามทำงานให้บรรลุถึงมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ	4.13	.68	มาก
ท่านไม่ชอบทำงานที่ยังทำไม่เสร็จสมบูรณ์	4.27	.74	มากที่สุด
ท่านมีใจมุ่งมั่นทำงานจนกว่าจะสำเร็จ แม้ว่างานนั้นจะน่าเบื่อหน่ายก็ตาม	4.05	.89	มาก
ท่านจะนำเอาความล้มเหลวผิดพลาดมาแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จขึ้นได้	4.40	.56	มากที่สุด
ท่านจะทำงานให้ดีกว่าผู้อื่นทำ	4.19	.66	มาก
ถ้าท่านพบปัญหาในการทำงาน ท่านจะไม่วิตกกังวล แต่จะหาทางแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จ	4.19	.48	มาก
รวม	4.15	.51	มาก

ตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับของคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การนำเอาความล้มเหลวผิดพลาดมาแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จขึ้นได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.40 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านไม่ชอบทำงานที่ยังทำไม่เสร็จสมบูรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 และการมักเลือกทำงานที่ค่อนข้างยากและท้าทาย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.60 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตนของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความเชื่อในอำนาจในตน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านคิดว่าโชคชะตาคือ บุญกรรม และไม่มีส่วนสำคัญที่กำหนดแนวทางและความสำเร็จในชีวิตของท่าน	3.03	1.05	ปานกลาง
สิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านธุรกิจของท่าน	3.12	1.12	ปานกลาง
เป็นเพราะความสามารถทางธุรกิจของท่านเองเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ธุรกิจของท่านเจริญรุ่งเรือง	3.72	.92	มาก
การทำตามฤกษ์ยามไม่ช่วยให้การค้าเจริญรุ่งเรือง	2.54	1.16	น้อย
การทำธุรกิจจะได้กำไรหรือขาดทุนขึ้นอยู่กับความสามารถของเจ้าของกิจการ	4.00	.74	มาก
การผ่านวิกฤตต่าง ๆ มาได้ด้วยความสามารถของตนเอง	4.00	.72	มาก
รวม	3.40	.70	ปานกลาง

ตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับของคุณลักษณะด้านเชื่อในอำนาจในตนของอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การทำธุรกิจจะได้กำไรหรือขาดทุนขึ้นอยู่กับความสามารถของเจ้าของกิจการ และการผ่านวิกฤตต่าง ๆ มาได้ด้วยความสามารถของตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน อยู่ในระดับมาก คือ 4.00 รองลงมา คือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านธุรกิจของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.12 อยู่ในระดับปานกลาง และการทำตามฤกษ์ยามไม่ช่วยให้การค้าเจริญรุ่งเรือง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับน้อย คือ 2.54

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงของ
ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัด
นครปฐม

ความกล้าเสี่ยง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านคิดว่าธุรกิจที่มีกำไรน้อยแต่มั่นคง เป็นสิ่งที่ควรทำ	3.46	.94	มาก
ท่านพร้อมจะเสี่ยงลงทุนทำธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเท่าๆกัน	2.70	1.24	ปานกลาง
ท่านยินดีรับกับความเสี่ยงเสมอ เพราะการค้า คือ ความไม่แน่นอน โอกาสได้กำไร-ขาดทุน เท่าๆกันในอัตรา ร้อยละ 50	2.94	1.09	ปานกลาง
ท่านยอมรับความเสี่ยงในการตัดสินใจถึงแม้ว่าไม่อาจล่วงรู้ถึงผลกำไรที่จะเกิดขึ้น	3.04	1.02	ปานกลาง
ท่านเชื่อว่าคนเราต้องกล้าเสี่ยง แม้จะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเท่าๆกัน	3.56	1.12	มาก
รวม	3.14	.91	ปานกลาง

ตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า การเชื่อว่าคนเราต้องกล้าเสี่ยง แม้จะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเท่าๆ กัน และท่านคิดว่าธุรกิจที่มีกำไรน้อยแต่มั่นคง เป็นสิ่งที่ควรทำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย คือ 3.56 และ 3.46 ตามลำดับ โดยการพร้อมจะเสี่ยงลงทุนทำธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเท่าๆกัน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลางคือ 2.70

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความความคิดในเชิงนวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านคิดว่าความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆในการปรับปรุงร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเป็นสิ่งจำเป็น	2.82	1.51	ปานกลาง
ท่านไม่ได้เน้นขายแต่วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างและการบริการตามแบบเดิม แต่จัดจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ออกใหม่ด้วย	2.77	1.39	ปานกลาง
ท่านสนใจที่จะวางจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ออกใหม่ยังไม่เคยขายมาก่อน	3.48	1.34	มาก
รวม	3.02	1.01	ปานกลาง

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสนใจที่จะวางจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ออกใหม่ยังไม่เคยขายมาก่อนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ 3.48 ขณะที่ท่านคิดว่าความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆในการปรับปรุงร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเป็นสิ่งจำเป็น และการไม่ได้เน้นขายแต่วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างและการบริการตามแบบเดิม แต่จัดจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ออกใหม่ด้วย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.82 และ 2.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจใหม่ๆ	4.02	.64	มาก
ท่านสอบถามความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อเปิดโอกาสช่องทางการทำธุรกิจ	3.97	.81	มาก
เมื่อท่านรู้ว่ามีสินค้าวัสดุก่อสร้างชนิดใหม่เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดท่านจะพยายามจัดหามาวางขายที่ร้าน	4.38	.72	มากที่สุด
ท่านมักแสวงหาสินค้าวัสดุก่อสร้างมาจำหน่ายให้ลูกค้าอย่างหลากหลายและแตกต่างกว่าร้านใกล้เคียง	4.35	.77	มากที่สุด
รวม	4.18	.59	มาก

ตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 โดยเมื่อรู้ว่ามีสินค้าวัสดุก่อสร้างชนิดใหม่เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดจะพยายามจัดหามาวางขายที่ร้าน และท่านมักแสวงหาสินค้าวัสดุก่อสร้างมาจำหน่ายให้ลูกค้าอย่างหลากหลายและแตกต่างกว่าร้านใกล้เคียง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 และ 4.35 ตามลำดับ ขณะที่ท่านมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจใหม่ๆ และการสอบถามความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อเปิดโอกาสช่องทางการทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 และ 3.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า
วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านความมีเหตุผล
ทางเศรษฐศาสตร์

ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณลักษณะ
ท่านเป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้างว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำธุรกิจแม้จะมีเงินลงทุนอย่างจำกัดในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ	3.79	.93	มาก
ท่านต้องวางแผนทางธุรกิจในอนาคตและดำเนินการตามแผนเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดให้ได้กำไรสูงสุด	4.06	.79	มาก
ท่านจัดสรรภาระหน้าที่ให้สอดคล้องกับแรงงานที่มีจำกัดเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด	4.19	.66	มาก
ท่านจะคำนวณผลตอบแทนที่ได้รับว่าคุ้มหรือไม่ก่อนการลงทุนทุกครั้ง	4.38	.64	มากที่สุด
รวม	4.11	.64	มาก

ตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การคำนวณผลตอบแทนที่ได้รับว่าคุ้มหรือไม่ก่อนการลงทุนทุกครั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 การจัดสรรภาระหน้าที่ให้สอดคล้องกับแรงงานที่มีจำกัดเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด การวางแผนทางธุรกิจในอนาคตและดำเนินการตามแผนเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดให้ได้กำไรสูงสุด และการเป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้างว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำธุรกิจแม้จะมีเงินลงทุนอย่างจำกัดในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 4.06 และ 3.79 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 18 - 22

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านการบริหารจัดการ	3.94	.61	มาก
ด้านการตลาด	4.08	.71	มาก
ด้านบุคคล	4.03	.66	มาก
ด้านการเงิน	3.65	.69	มาก
รวม	3.97	.60	มาก

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.08 รองลงมา คือ ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านการเงินมีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ท่านมีความรู้ความสามารถในการวางแผน	4.16	.66	มาก
ท่านเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผน	3.99	.62	มาก
ธุรกิจของท่านมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน	3.70	.91	มาก
ท่านมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร	3.74	.78	มาก
ท่านให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กร เช่น การให้ความสำคัญกับลูกค้า	4.43	.52	มากที่สุด
ธุรกิจของท่านมีการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน	4.14	.65	มาก
ธุรกิจของท่านมีการบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ	3.74	.78	มาก
ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ	3.74	.89	มาก
ท่านมีความยืดหยุ่นและความรวดเร็วในการบริหารจัดการ	3.81	.86	มาก
รวม	3.94	.61	มาก

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการบริหารจัดการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กร เช่น การให้ความสำคัญกับลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ การมีความรู้ความสามารถในการวางแผน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และการกำหนดเป้าหมายธุรกิจที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.70 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ด้านการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม

การตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
สินค้าของท่านมีคุณภาพ	3.86	1.15	มาก
ธุรกิจของท่านมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	4.06	.78	มาก
ธุรกิจของท่านมีบริการหลังการขาย เช่น การส่งสินค้า	3.98	.94	มาก
ราคาสินค้าของท่านเหมาะสมกับคุณภาพ	4.00	.95	มาก
ราคาสินค้าของท่านสามารถต่อรองได้	4.17	.69	มาก
สินค้าของท่านมีให้เลือกหลายระดับราคา	4.37	.69	มากที่สุด
ธุรกิจของท่านตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน และมีการ คมนาคมสะดวก	4.32	.67	มากที่สุด
ธุรกิจของท่านมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.05	.70	มาก
ธุรกิจของท่านมีการบริการที่รวดเร็วทันใจลูกค้า	3.87	1.14	มาก
รวม	4.08	.71	มาก

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ
ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการตลาด มีระดับ
ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า การสินค้ามีให้เลือก
หลายระดับราคา และธุรกิจตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน ละมีการคมนาคมสะดวก อยู่ในระดับ
มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37 และ 4.32 ตามลำดับ โดยสินค้าของท่านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.86
อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ด้านบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม

บุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ถูกจ้างในกิจการของท่านอุทิศตนเพื่อการทำงานให้แก่กิจการอย่างเต็มที่	4.01	.83	มาก
ถูกจ้างในกิจการของท่านเอาใจใส่และรับผิดชอบต่องานที่พวกเขาทำ	4.05	.81	มาก
ถูกจ้างในกิจการของท่านให้บริการอย่างรวดเร็ว และเป็นมิตร	4.09	.89	มาก
ถูกจ้างในกิจการของท่านมีความซื่อสัตย์และจริงใจ	4.11	.67	มาก
ถูกจ้างในกิจการของท่านมีความผูกพันรู้กับกิจการ	3.89	.67	มาก
รวม	4.03	.66	มาก

ตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านบุคคลมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยถูกจ้างในกิจการของท่านมีความซื่อสัตย์และจริงใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.11 รองลงมา คือ ถูกจ้างในกิจการของท่านให้บริการอย่างรวดเร็ว และเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยถูกจ้างในกิจการของท่านมีความผูกพันรู้กับกิจการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.89

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ด้านการเงินของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม

การเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ธุรกิจของท่านมีต้นทุนลดลง	3.42	1.03	มาก
ธุรกิจของท่านมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ	3.77	.73	มาก

ตารางที่ 22 (ต่อ)

การเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ธุรกิจของท่านมีระบบบริหารเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ	3.77	.76	มาก
รวม	3.65	.69	มาก

ตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านการเงิน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยธุรกิจของท่านมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และธุรกิจของท่านมีระบบบริหารเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.77 เท่ากัน และธุรกิจของท่านมีต้นทุนลดลง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.42

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 23 - 26

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำเร็จ
ด้านลูกค้า	3.55	.75	มาก
ด้านผลกำไร	2.93	.85	ปานกลาง
ด้านยอดขาย	3.00	.95	ปานกลาง
ภาพรวม	3.29	.74	ปานกลาง

ตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า มีระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 แต่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายและด้านผลกำไร มีระดับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 และ 2.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำเร็จ
ในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.40	1.09	ปานกลาง
ในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ท่านสามารถรักษากำไรจากร้านลูกค้าเดิมไว้ได้	3.44	.88	มาก
ลูกค้าร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีความจงรักภักดีในการช่วยบอกต่อ	3.41	.88	ปานกลาง
ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีของลูกค้า	3.56	.85	มาก
ลูกค้าของท่านส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่าน	3.94	.67	มาก
รวม	3.55	.75	มาก

ตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านลูกค้า มีระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.94 ความสำเร็จอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.56 ความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก และขณะที่ลูกค้าร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีความ

จรรีกรักดีในการช่วยบอกต่อ และในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และ 3.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้านผลกำไร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำเร็จ
ในช่วง 1 – 2 ปี ที่ผ่านมาธุรกิจของท่านได้กำไรมาตลอด	2.99	.84	ปานกลาง
ท่านพึงพอใจกับผลกำไรในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา	2.86	.93	ปานกลาง
รวม	2.93	.85	ปานกลาง

ตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านผลกำไร มีระดับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในช่วง 1 – 2 ปี ที่ผ่านมาธุรกิจได้กำไรมาตลอด มีค่าเฉลี่ย 2.99 ความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจกับผลกำไรในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 2.86 ความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้านยอดขาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำเร็จ
ยอดขายรวมของปีที่ผ่านมาสูงกว่าเมื่อ 1–2 ปีก่อนมาก	3.02	.94	ปานกลาง
ท่านพึงพอใจในยอดขายรวมของปีที่ผ่านมา	2.98	1.08	ปานกลาง
รวม	3.00	.95	ปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านยอดขาย มีระดับความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.00 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ยอดขายรวมของ

ปีที่ผ่านมาสูงกว่าเมื่อ 1 – 2 ปีก่อนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.02 ความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจในยอดขายรวมของปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 2.98 ความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินลงทุน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างแตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่างกัน

H_0 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินลงทุน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างแตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินลงทุน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างแตกต่างกัน มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่างกัน

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีเพศ อายุ เงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างในธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยการโดยใช้ค่าสถิติ t-test และ F-test กำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบภายหลัง (Post hoc Test) โดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's) (สุธรรมรัตน์ 2551 : 184) มีรายละเอียดตามตารางที่ 27 – 35 ดังนี้

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	เพศ	N		S.D.	t	P-value
ด้านลูกค้า	ชาย	79	3.52	.80	-.38	.70
	หญิง	29	3.59	.82		

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	เพศ	N		S.D.	t	P-value
ด้านผลกำไร	ชาย	79	2.86	.90	-.75	.46
	หญิง	29	3.03	1.12		
ด้านยอดขาย	ชาย	79	2.85	1.14	-.88	.38
	หญิง	29	3.07	1.19		
รวม	ชาย	79	3.33	1.03	.23	.82
	หญิง	29	3.28	1.19		

ตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .82 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในภาพรวมและรายด้านของผู้ประกอบการชาย และหญิงไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามอายุ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	13.62	4.54	8.55	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	55.23	.53		
	รวม	107	68.85			
ด้านผลกำไร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.74	.91	0.99	.40
	ภายในกลุ่ม	104	96.33	.93		
	รวม	107	99.07			

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านยอดขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	9.91	3.30	2.58	.06
	ภายในกลุ่ม	104	133.17	1.28		
	รวม	107	143.07			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	24.13	8.04	8.44	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	99.16	.95		
	รวม	107	123.30			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมแตกต่างกัน ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเพียงระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าที่มีค่า P-Value น้อยกว่า .05 คือ .00 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's) ดังรายละเอียดในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตามอายุเป็นรายคู่

ความสำเร็จ ในการประกอบ ธุรกิจ	อายุ	$\bar{x}$	การเปรียบเทียบรายคู่			
			ไม่เกิน 45 ปี	46 – 50 ปี	51 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
			4.07	3.55	3.29	3.15
ด้านลูกค้า	ไม่เกิน 45 ปี	4.07				
	46 – 50 ปี	3.55	.52			
	51 – 55 ปี	3.29	.78*	.26		
	มากกว่า 55 ปี	3.15	.92*	.40	.14	
ภาพรวม	ไม่เกิน 45 ปี	4.03	4.03	3.29	2.76	3.00
	46 – 50 ปี	3.29	.74*			
	51 – 55 ปี	2.76	1.27*	.53		
	มากกว่า 55 ปี	3.00	1.03*	.29	.24	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุไม่เกิน 45 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 46 – 50 ปี ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 55 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุ 51 – 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุ 51 – 55 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 55 ปี

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัด
นครปฐม จำแนกตามการศึกษา

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	23.53	7.84	18.00	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	45.32	.44		
	รวม	107	68.85			
ด้านผลกำไร	ระหว่างกลุ่ม	3	34.86	11.62	18.82	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	64.22	.62		
	รวม	107	99.07			
ด้านยอดขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	34.99	11.66	11.22	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	108.08	1.04		
	รวม	107	143.07			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	52.43	17.48	25.64	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	70.87	.68		
	รวม	107	123.30			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีการศึกษามีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's) ดังรายละเอียดในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตามการศึกษาเป็นรายคู่

ความสำเร็จ ในการประกอบ ธุรกิจ	การศึกษา	$\bar{x}$	การเปรียบเทียบรายคู่			
			ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ปริญญาตรี
ด้านลูกค้า			3.07	4.53	3.38	3.60
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	3.07				
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	4.53	1.46*			
	หรือ ปวช.	3.38	.31	1.14*		
ด้านผลกำไร	อนุปริญญา หรือ ปวส.	3.60	.53*	.93*	.22	
	ปริญญาตรี					
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	2.07				
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	3.29	1.22*			
	หรือ ปวช.	2.85	.77*	.45		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	3.64	1.57*	.35	.79*	
	ปริญญาตรี					

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ความสำเร็จ ในการประกอบ ธุรกิจ	การศึกษา	$\bar{x}$	การเปรียบเทียบรายคู่			
			ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ปริญญาตรี
ด้านการขาย	ต่ำกว่า		1.96	3.59	3.13	3.12
	ต่ำกว่า	1.96				
	มัธยมศึกษา					
	ตอนปลาย					
	มัธยมศึกษา	3.59	1.63*			
	ตอนปลาย					
	หรือ ปวช.	3.59	1.63*			
	อนุปริญญา					
	หรือ ปวส.	3.13	1.17*	.46		
ภาพรวม	ปริญญาตรี	3.12	1.16*	.47	.01	
	ต่ำกว่า		2.41	4.53	3.15	3.72
	ต่ำกว่า	2.41				
	มัธยมศึกษา					
	ตอนปลาย					
	มัธยมศึกษา	4.53	2.12*			
	ตอนปลาย					
	หรือ ปวช.	4.53	2.12*			
	อนุปริญญา					
	หรือ ปวส.	3.15	.75*	1.38*		
	ปริญญาตรี	3.72	1.31*	.81*	.57	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. อนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมของสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. อนุปริญญา หรือ ปวส. และระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการขายของต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. อนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.97	.99	1.56	.20
	ภายในกลุ่ม	104	65.89	.63		
	รวม	107	68.85			

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านผลกำไร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.48	.83	.89	.45
	ภายในกลุ่ม	104	96.59	.93		
	รวม	107	99.07			
ด้านยอดขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.66	.22	.16	.92
	ภายในกลุ่ม	104	142.41	1.37		
	รวม	107	143.07			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.31	.44	.37	.77
	ภายในกลุ่ม	104	121.99	1.17		
	รวม	107	123.30			

ตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีค่า P-Value มากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	18.63	6.21	12.86	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	50.22	.48		
	รวม	107	68.85			

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
ด้านผลกำไร	ระหว่างกลุ่ม	3	14.43	4.81	5.91	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	84.65	.81		
	รวม	107	99.07			
ด้านยอดขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	22.42	7.47	6.44	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	120.66	1.16		
	รวม	107	143.07			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	41.98	13.99	17.90	.00*
	ภายในกลุ่ม	104	81.32	.78		
	รวม	107	123.30			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's) ดังรายละเอียดในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐมตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเป็นรายคู่

ความสำเร็จ ในการประกอบ ธุรกิจ	ระยะเวลา ในการ ดำเนินธุรกิจ	$\bar{x}$	การเปรียบเทียบรายคู่			
			5 – 10 ปี	11 – 15 ปี	16 – 20 ปี	21 ปีขึ้นไป
ด้านลูกค้า			4.32	3.41	3.46	3.14
	5 – 10 ปี	4.32				
	11 – 15 ปี	3.41	.91*			
	16 – 20 ปี	3.46	.86*	.05		
	21 ปีขึ้นไป	3.14	1.18*	.27	.32	
			3.32	3.36	2.69	2.52
ด้านผลกำไร	5 – 10 ปี	3.32				
	11 – 15 ปี	3.36	.05			
	16 – 20 ปี	2.69	.63	.68		
	21 ปีขึ้นไป	2.52	.80*	.85*	.17	
			3.68	2.86	2.91	2.34
ด้านการขาย	5 – 10 ปี	3.68				
	11 – 15 ปี	2.86	.82			
	16 – 20 ปี	2.91	.77	-.05		
	21 ปีขึ้นไป	2.34	1.34*	.52	.57	
			4.36	3.45	3.20	2.55
ภาพรวม	5 – 10 ปี	4.36				
	11 – 15 ปี	3.45	.91*			
	16 – 20 ปี	3.20	1.16*	.25		
	21 ปีขึ้นไป	2.55	1.81*	.90*	.65*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5 – 10 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 11 – 15 ปี 16 – 20 ปี และ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5 – 10 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 11 – 15 ปี 16 – 20 ปี และ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 21 ปีขึ้นไปมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ระหว่าง 5 – 10 ปี และ 11 – 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5 – 10 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการขายสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 35 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามจำนวนลูกจ้างในธุรกิจ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	จำนวนลูกจ้าง	N		S.D.	t	P-value
ด้านลูกค้า	2 – 5 คน	76	3.53	.84	-.21	.83
	มากกว่า 5 คน	32	3.56	.72		
ด้านผลกำไร	2 – 5 คน	76	2.91	.77	.01	.99
	มากกว่า 5 คน	32	2.91	1.33		
ด้านยอดขาย	2 – 5 คน	76	2.93	1.06	.33	.74
	มากกว่า 5 คน	32	2.84	1.37		
รวม	2 – 5 คน	76	3.39	1.02	1.19	.23
	มากกว่า 5 คน	32	3.13	1.18		

ตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ประกอบการ ในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีค่า P-Value มากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก

(H_0) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกจ้างในธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย

H_0 ผู้คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย

H_1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่างกัน

วิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่ออำนาจในตน ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) มีรายละเอียดตามตารางที่ 36 - 39

ตารางที่ 36 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ความต้องการความสำเร็จ	.00	.57**

ตารางที่ 36 (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ความเชื่อในอำนาจในตน	.00	.59**
ความกล้าเสี่ยง	.00	.39**
ความคิดในเชิงนวัตกรรม	.00	-.35**
ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	.00	.56**
ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	.00	.47**
รวม	.00	.59**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .59 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จกับความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .57

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตนกับความความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความความสำเร็จในการประกอบ

ธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .59

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .39

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความคิดเชิงนวัตกรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .35

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .56

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .47

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ความต้องการความสำเร็จ	.00	.64**
ความเชื่อในอำนาจในตน	.00	.45**
ความกล้าเสี่ยง	.05	.19*
ความคิดในเชิงนวัตกรรม	.15	-.14
ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	.00	.46**
ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	.00	.32**
รวม	.00	.52**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .52 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .64

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตนกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .05 ซึ่งเท่ากับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .45

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .19

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความคิดเชิงนวัตกรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .15 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .46

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .32

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ความต้องการความสำเร็จ	.01	.27**
ความเชื่อในอำนาจในคน	.00	.58**
ความกล้าเสี่ยง	.00	.64**
ความคิดในเชิงนวัตกรรม	.00	-.43**
ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	.00	.59**
ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	.00	.61**
รวม	.00	.62**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .62 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .01 ซึ่งเท่ากับ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .27

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตนกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .58

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .64

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความคิดเชิงนวัตกรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .43

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .59

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ กับการสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .61

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ความต้องการความสำเร็จ	.00	.47**
ความเชื่อในอำนาจในตน	.00	.49**
ความกล้าเสี่ยง	.00	.41**
ความคิดในเชิงนวัตกรรม	.02	-.22*
ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ	.00	.57**
ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์	.00	.51**
รวม	.00	.61**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้าน

ยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .61 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความต้องการความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .47

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความเชื่อในอำนาจในตนกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .49

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความกล้าเสี่ยงกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .41

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความคิดเชิงนวัตกรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .02 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .22

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .57

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .51

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคลและด้านการเงิน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย

H_0 ผู้ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคลและด้านการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขาย

H_1 ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคลและด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่างกัน

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านบุคคลและด้านการเงินกับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน กรณีศึกษาอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) มีรายละเอียดตามตารางที่ 40 - 43

ตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ด้านการบริหารจัดการ	.00	.69**
ด้านการตลาด	.00	.83**
ด้านบุคคล	.00	.62**
ด้านการเงิน	.00	.50**
รวม	.00	.75**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .75 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการบริหารจัดการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .69

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาดกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ด้านการตลาด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .83

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านบุคคลกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .62

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .50

ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ด้านการบริหารจัดการ	.00	.58**
ด้านการตลาด	.00	.76**
ด้านบุคคล	.00	.53**

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ด้านการเงิน	.00	.35**
รวม	.00	.61**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .61 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการบริหารจัดการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .58

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาดกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการตลาด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .76

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านบุคคลกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .53

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้าของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .35

ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ด้านการบริหารจัดการ	.00	.58**
ด้านการตลาด	.00	.67**
ด้านบุคคล	.00	.49**
ด้านการเงิน	.00	.57**
รวม	.00	.67**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	
	P-Value	r
ด้านการบริหารจัดการ	.00	.60**
ด้านการตลาด	.00	.78**
ด้านบุคคล	.00	.56**
ด้านการเงิน	.00	.59**
รวม	.00	.69**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .69 ผู้วิจัยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการบริหารจัดการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .60

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาดกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการตลาด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .78

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านบุคคลกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .56

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการเงินกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีค่า P-Value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .59

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จทางการประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคตลอดจนแนวทางในการแก้ไขการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสถิติ t-test และ F-test และกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบภายหลัง (Post hoc Test) โดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 55 ปี และจบการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. เมื่อพิจารณาข้อมูลพื้นฐานทางธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ 100,001 – 500,000 บาท มากที่สุด โดยมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 16 – 20 ปี และมีจำนวนลูกจ้างในธุรกิจ 2 – 5 คน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้วิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ด้านบุคคล ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก แต่ด้านยอดขายและด้านผลกำไรอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ เงินลงทุน เริ่มต้นธุรกิจต่างกัน และจำนวนลูกจ้างในธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมและด้านลูกค้าแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมี ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมและทุกๆ ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่าง

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ภาพรวมของคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านความเชื่อในอำนาจในตน ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ และด้านความกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขณะที่ด้านความคิดในเชิงนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ภาพรวมของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรของ

ผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในทุกๆ ด้าน อันได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคคล และด้านการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ภาพรวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16-20 ปี แสดงว่าการดำเนินธุรกิจต้องประสบผลสำเร็จ จึงสามารถดำเนินการอยู่ได้ในระยะเวลา 16-20 ปี

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ในการประกอบธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องรู้ถึงโอกาสที่ควรจะได้รับจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามที่ ชีรยุส วัฒนาศุโข (2542 : 66) ได้อธิบายถึงผู้ประกอบการในด้านเศรษฐศาสตร์ว่า ผู้ที่นำปัจจัยการผลิต อันได้แก่ ทุน ที่ดิน และแรงงาน มาผสมผสานจัดสรร ทำการเสี่ยง และตัดสินใจเพื่อกำหนดการอย่างใดอย่างหนึ่ง รวมถึงเป็นผู้ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและตลาดในอุตสาหกรรมต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยความคิดที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งอื่น ในการก่อให้เกิดสินค้าและบริการชนิดใหม่ ๆ ขึ้นมา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค และตามที่ แมคเคลแลนด์ (McClelland 1968, อ้างถึงใน นราเชต ยัมสุข 2552 : 9) กล่าวว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญประการหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังการกระทำของมนุษย์และเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการ และเป็นที่เชื่อกันว่า หากบุคคลใดมีความต้องการความสำเร็จสูง จะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จและสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดผลตามมา คือ มีความเป็นไปได้อย่างสูงที่จะแสดงพฤติกรรมและความสามารถในการประกอบการ

ในขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเชื่อในอำนาจในตน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างจะมีสินค้าที่ได้รับจากบริษัทต่างๆ มาขาย ผู้ประกอบการจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องคิด ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เอง นอกจากนั้นบริษัทที่ผลิตวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างมักจะทำการโฆษณา

สินค้าของตนเองตามสื่อต่าง ๆ ทั้งทางหนังสือต่าง ๆ ทาง TV การออกบู๊ตตามวาระต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าจะเลือกสั่งสินค้าที่ตนเองคิดว่าน่าจะขายดีหรือขายได้ และทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความจำเป็นต้องเสี่ยงในการลงทุน ไม่จำเป็นต้องแข่งขันกับใคร เพราะบริษัทผู้ผลิตสินค้าจะทำหน้าที่นี้ ดังที่แมคเคลแลนด์ (McClelland 1961, อ้างถึงใน อัมพิกา ไกรฤกษ์ 2532 : 45) ได้สรุปลักษณะของบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จ มีลักษณะมีความกล้าเสี่ยงพอสมควร และความเชื่ออำนาจในตนนั้น และรอตเทอร์ (Rotter 1996, อ้างถึงใน นราเขต ยัมสุข 2552 : 12) กล่าวว่าความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความคิดที่เชื่อว่าความสำเร็จ ความล้มเหลวหรือความเป็นไปได้จริง เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเป็นผลมาจากความสามารถ ทักษะ หรือการกระทำของตนเองบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น และเมื่อประสบความล้มเหลวจะมีความพยายามปรับปรุงพัฒนาความสามารถและการกระทำของตนอยู่เสมอเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชดยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตการจัดจำหน่าย และการบริการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจสูงสุด งานวิจัยของ สมิต และ ไมเนอร์ (Smith and Miner 1984, อ้างถึงใน ชูเกียรติ จากใจชน 2546 : 13) ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจจะมีความต้องการความสำเร็จสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพอื่นอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของ สุรพล เพิ่มผล (2532) ซึ่งพบว่า ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ และงานเขียนของ อาทิตย์ วุฒิกะโร (2527 : 26 - 29) และ คณัย เทียมพูน (2531 : 70) ที่กล่าวถึงลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะดังกล่าวของผู้ประกอบการมิใช่คุณสมบัติที่ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เป็นคุณสมบัติที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนได้

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ทั้งในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกๆ ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ด้านบุคคล ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการทำหน้าที่สำคัญคือเป็นผู้ระบุโอกาสทางการตลาดโดยการวิเคราะห์สภาพธุรกิจ การจับตามองหาโอกาสในการนำสินค้าที่ถูกค้าต้องการ กำตังนิยมหรืออยู่ในกระแสสังคมอันเป็นการตลาดที่มีศักยภาพ ด้านบุคคลในผลการวิจัยที่พบว่าสถานประกอบการร้านค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างมีจำนวนลูกจ้างในธุรกิจ 2-5 คนเนื่องจากร้านค้าประเภทนี้เพียงแต่ให้คำแนะนำเพิ่มเติมแก่ลูกค้า การจัดสินค้า จัดส่งสินค้าเท่านั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรมากเกินความจำเป็นในร้านค้าที่ไม่มีขนาดใหญ่โตมากนักเนื่องจากการลงทุนทางธุรกิจระหว่าง 100,001 - 500,000 บาทเท่านั้น และเจ้าของผู้ประกอบการจะเป็นทั้งผู้จัดการที่

บริหารงานเอง ทั้งการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานเอง วางแผนในการเลือกสินค้า จำหน่ายสินค้า การบริการลูกค้า ถือเป็นทั้งเจ้าขององค์กรที่เป็นทั้งผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้นในกิจการรวมทั้งเป็นผู้จัดการ ธุรกิจเองอีกด้วย ดังนั้นปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ ทั้งในภาพรวมและรายค้านอยู่ในระดับมากทุกๆ ด้าน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรณีสุนทราวัฒน์ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย สินค้าที่ครบและหลากหลาย มีบริการที่รวดเร็ว พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ สถานที่จอดรถมีความสะดวก ความถูกต้องของราคา และมีส่วนลดพิเศษต่างๆ และงานวิจัยของ เพ็ญจันทร์ ดันติวิมลขจร (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการองค์การของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า ภาพรวมความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยพิจารณารายด้านพบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากลูกค้าส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ชื่อ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีของลูกค้า และในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการสามารถรักษากำไรลูกค้าเดิมไว้ได้ ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างสามารถสร้างการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เสมอ ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีราคาสินค้าที่ถูกกว่า สินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีมาตรฐานสูงและมีความแปลกใหม่กว่า ร้านค้าทั่วไป ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระบบระเบียบ สะดวกในการเลือกในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานเขียนของธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) ซึ่งกล่าวถึงแนวคิดในการดำเนินงานทางการตลาด ได้แก่ แนวคิดการผลิตที่ยึดถือว่าผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลาย และราคาถูก แนวคิดการตลาดที่เน้นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดทางด้านลูกค้าเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย และการสร้างความภักดีแก่ลูกค้า

สำหรับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านยอดขายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นผลมาจากยอดขายรวมของปีที่ผ่านมาสูงกว่าเมื่อ 1 – 2 ปีก่อนในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการพึงพอใจในยอดขายรวมของปีที่ผ่านมาในระดับปานกลางเช่นกัน และ เมื่อพิจารณาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไร แสดงให้เห็นว่า ในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมาธุรกิจของผู้ประกอบการได้กำไรในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการพึงพอใจกับผลกำไรในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมาในระดับปานกลาง ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายอดขายเป็นที่มาของกำไร โดยผลของการวิจัยซึ่งพบว่า ด้านลูกค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านยอดขายและผลกำไรอยู่ในระดับปานกลาง ความสำเร็จในการ

ประกอบธุรกิจไม่ได้พิจารณาจากข้อมูลทางการเงิน อันได้แก่ ยอดขายและผลกำไรเท่านั้น สอดคล้องกับเคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan and Norton, อ้างถึงใน นวรัตน์ ชนาพรณ 2550) ที่กล่าวว่า การวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางการเงินแล้ว ยังวัดผลสำเร็จด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ และการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ประกอบกันด้วย และเฟรส์เชอร์ (Frese 2000 : 145-155) ที่ได้กำหนดให้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ จากผลการศึกษาดังกล่าว

4. จากผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ พบว่า เพศ เงินลงทุน จำนวนลูกจ้างที่แตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ลักษณะงานของธุรกิจร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง ไม่ได้เน้นไปที่ความรู้ ความชำนาญเหมือนธุรกิจบางประเภท ทำให้ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างมีความสามารถทำได้ดีพอ ๆ กัน เช่น ธุรกิจอุตสาหกรรมโลหะ หรือธุรกิจไฟฟ้า ที่ต้องใช้ความรู้ด้านช่างที่จำเป็น แต่ธุรกิจร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างใช้ความรู้ทางคุณลักษณะของสินค้า ซึ่งเป็นหน้าที่ของบริษัทผู้ผลิตจะทำหน้าที่โฆษณาสินค้าของตนเองในสื่อต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนแล้ว ในทำนองเดียวกันผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากในการดำเนินธุรกิจการเพิ่มทุนจะทำเมื่อธุรกิจประสบความสำเร็จแล้ว

ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันในด้านลูกค้า ส่วนผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีอายุไม่เกิน 45 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการในช่วงอายุอื่นๆ อาจเนื่องมาจากในช่วงอายุดังกล่าว เป็นช่วงวัยที่ผู้ประกอบการมีความพร้อมทั้งทางด้านการศึกษา ประสบการณ์ และยังมีแรงกำลังที่จะใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มความสามารถ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมและทุกๆ ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านผลกำไร และด้านยอดขายแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาพรวมของสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการที่สนใจงานธุรกิจที่สามารถทำเงินได้มากจะลาออกจากการศึกษาก่อนจบการศึกษาและมองไม่เห็นว่าการศึกษาที่สูงขึ้นจะเพิ่มความสามารถในการหารายได้ โดยศรีสง่ากรรณ์สูตร และสาโรช บัวศรี (2521) มีข้อสังเกตว่า ระดับการศึกษาน้อยเป็นแรงผลักดันให้เกิดคุณลักษณะความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์สูงขึ้น คือ พิจารณาถึงผลกำไรที่จะได้รับมากกว่า ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงอาจคำนึงถึงปัจจัยด้านเกียรติยศ ชื่อเสียง ควบคู่ไปกับผลตอบแทนทาง

การเงิน ส่วนระยะเวลาในการดำเนินการที่แตกต่างกันทำให้ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 5 – 10 ปี มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจในช่วง 5 – 10 ปีแรก ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจกำลังเติบโตทำให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนเป้าหมายเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป โดยวางแผนการเจริญเติบโต ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่าธุรกิจจะมีความมั่นคงอยู่ตัวแล้ว ทำให้ผู้ประกอบการสนใจวางแผนการถ่ายโอนกิจการและมุ่งหวังเพียงเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากกิจการที่ได้ดำเนินงานมา

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ภาพรวมของคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความเชื่ออำนาจในตน ความต้องการความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในช่องทางหรือโอกาสทางธุรกิจที่แฝงเร้นอยู่ มีความต้องการความสำเร็จเป็นแรงผลักดันที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมและความสามารถในการประกอบการ มีบุคลิกภาพของความเป็นผู้มีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งเป็นบุคคล และมีความกล้าที่จะทำการเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ได้ประเมินแล้วว่าความสามารถที่มีอยู่ของตนเพียงพอที่จะทำงานนั้นให้บรรลุเป้าหมายอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของภานิ อุบลศรี (2545) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการสูงและต่ำมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงมีค่าเฉลี่ยลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำ และนราเขต อัมสุข (2552) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความคิดในเชิงนวัตกรรม และความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ส่วนความคิดในเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ อาจเนื่องมาจากนวัตกรรมเป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือระบบการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ แต่ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างไม่จำเป็นต้องใช้นวัตกรรมเนื่องจากผู้ผลิตสินค้าจะเป็นผู้ดำเนินการด้านนี้ เพื่อให้

ได้ผลิตภัณฑ้ออกมาจำหน่ายหรือแข่งขันกันในตลาด และโฆษณาสินค้าที่ผลิตออกมาให้ประชาชนได้ทราบโดยทั่วไป ผู้จัดจำหน่ายคือ ร้านค้าที่ประกอบธุรกิจจะนำสินค้าที่คาดว่าจะจำหน่ายได้หรือขายดี เข้ามาในร้านทำให้เกิดลูกค้า ยอดขาย และผลกำไรตามมาเป็นความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเท่านั้น ดังนั้นความคิดในเชิงนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ในทางลบกับ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจกับความ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า ภาพรวมของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในทุกๆ ด้าน อันได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคคล และด้านการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการมีการดำเนินการตามกลยุทธ์ของหน้าที่งานแต่ละด้านของกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า การบริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมกิจการ ให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ บุคลากรมีคุณสมบัติและศักยภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน และมีการวางแผนด้านการเงินอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทุกๆ ด้าน ในทางบวกเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยซึ่งพบว่า ปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของเคโซ ธนโชคจินดา (2550) ปัจจัยที่ช่วยเสริมให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ การที่ตัวผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่น และตั้งใจในการทำธุรกิจก่อน เป็นอย่างแรกส่วนปัจจัยถัดมาที่ช่วยเสริมให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นจะมาจากปัจจัยดังนี้ คือ ตัวสินค้าและบริการต้องมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด และบุคลากรต้องมีทักษะ มุ่งมั่นและความตั้งใจทำงาน

3. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

3.1.1 จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุ การศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน แสดงให้เห็น

ว่า อายุ การศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ที่คิดจะประกอบธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างจึงควรทำการศึกษาถึงในเชิงลึกถึงเหตุปัจจัยดังกล่าว และสำรวจตนเอง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจธุรกิจ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ก็ควรมีการศึกษาในเชิงลึกถึงเหตุปัจจัยดังกล่าว และเก็บเป็นคลังข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการใช้ในการค้นคว้า

3.1.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จึงควรมีการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มพูนสมรรถภาพในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

3.1.3 จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จึงควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มพูนสมรรถภาพในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม เท่านั้น ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตอำเภออื่นๆ และนำมาเปรียบเทียบกัน

3.2.2 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลจากการประเมินตนเองของผู้ประกอบการเท่านั้น ซึ่งผลการประเมินย่อมประเมินตนเองในทางดี จึงทำให้ผลการประเมินคุณลักษณะด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ความต้องการความสำเร็จ และด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์อยู่ในระดับมาก หากต้องการผลการวิจัยครั้งนี้นำไปใช้ในอนาคต ควรมีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกจ้าง หรือลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง และทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต การสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนขึ้น

3.2.3 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยในช่วงระยะเวลาเดียว ดังนั้น ควรมีการวิจัยในช่วงระยะยาว เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการ ควรเริ่มศึกษาจากผู้ประกอบการที่เริ่มต้นการประกอบกิจการไปจนถึงผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เห็นถึงวิธีการสร้างคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีเป็นอย่างไร และมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในระยะยาวหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่ผลการดำเนินการดำเนินงานมาพัฒนาตนเองให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่าง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงพาณิชย์. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. ข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ประจำปี 2553 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2554. เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/statistic/2553/26/26_2010YEAR.pdf
- จินตนา บุญบงการ และ ณีฎฐพันธ์ เจชรนันท์. การจัดการเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2548.
- จินตนา สุนทรธรรม และคณะ. รายงานการวิจัยการศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการในภาคต่างๆของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2531.
- จำลอง ดิษขณิข และ พร้มเพรา ดิษขณิข. เชาวน์ปัญญา [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 26 มีนาคม 2550. เข้าถึงได้จาก <http://www.chamlongclinic-psych.com/dicument/intelligence/index.htm>
- ชลปิ่น หงส์ไพศาลชีวิตน์. “คุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- ชีราวุธ ศรีกาญจนา. “แนวทางการพัฒนาบริษัทวิสาหกิจก่อสร้าง จำกัด อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548.
- ชูเกียรติ จากใจชน. “การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ชูชัย สมทิธิไกร. “ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย.” วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 21,79 (มีนาคม 2542) : 53 – 61.
- _____. “ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย.” รายงานผลการวิจัยภาคจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- ณีฎฐพันธ์ เจชรนันท์. การจัดการทรัพยากร. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2545.
- ณีฎฐพันธ์ เจชรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ. การจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2548.
- คณัย เทียมพุด. “ความเป็นผู้ประกอบการ.” วารสารธุรกิจการค้า 2,9 (กุมภาพันธ์ 2531) : 67 – 72.
- ดาเวนพอร์ด, โทมัส โอ. ทุนมนุษย์. แปลโดย ศิระ โอภาสพงษ์. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ดี, 2543.

เดโช ธนโชคนินดา. “ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในโครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม คณะสถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2550.

ธงชัย สันติวงศ์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

_____. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

_____. การบริหารทุนมนุษย์ : Human Capital Management. กรุงเทพมหานคร : ประชุมช่าง, 2546.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. “Entrepreneurship : ว่าจะเป็นพลังเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย.” จุฬาลงกรณ์วารสาร 12, 45 (ตุลาคม – ธันวาคม 2542) : 65 – 75.

นราเขต ยิ้มสุข. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก.” ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.

นวรรตน์ ชนาพรรณ. “การศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงาน ภูมิความรู้ความชำนาญ เขาวิ่งแข่งปฏิบัติ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

นาถ พันธุมนาวิน. “ความแตกต่างระหว่างผู้นำทางการเกษตรและผู้ที่มีใช้ผู้นำ ในเรื่องแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ พฤติกรรมกล้าเสี่ยง และพฤติกรรมแพร่ขยาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.

นิตย์ สัมมาพันธ์. ภาวะผู้นำ : พลังขับเคลื่อนสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2542.

บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติเพื่อการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น, 2541.

ปรีชา ทิวาหุด และ สุพัชรา มั่นพลศรี. การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.

- ปรัชญา คณาณเศรษฐ์. “กระบวนการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย: กรณีศึกษา ร้านขนมที่ดำเนินธุรกิจระดับขึ้นได้มั่นคง ณ เสริมาร์เก็ต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2549.
- พรนิภา ทองเหวียง. “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของประชากรในเขตอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.
- พยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุภา, 2536.
- เพ็ญจันทร์ ดันติวิมลขจร. “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552.
- เพ็ญศรี วายวานนท์. การจัดการทรัพยากรคน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- พินุล ทีปะปาล. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์, 2546.
- ภาณี อุบลศรี. (2546) “การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและการบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2545) “การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. บัณฑิตวิทยาลัย. คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์. แก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย, 2543.
- รณรงค์ ศรีจันทร์นนท์. “รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและภูมิความรู้ความชำนาญ ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

- รัตนา สายคณิต และชลลดา จามรกุล. เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- วิระวัฒน์ ปิ่นนิดาภัย. เชาวน์อารมณ์ (EQ) : ดัชนีวัดความสุขและความสำเร็จของชีวิต. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2542.
- วรรณิ์ สุนทรวาณิช. “ทัศนคติในการเลือกใช้บริการห้างวัสดุก่อสร้าง.” การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- วิชัย ไกลสุวรรณจินดา. ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย – ญี่ปุ่น), 2549.
- วุฒิชัย จงคำนึ่งสีล. “การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.
- ศรินทิพย์ ภัสดาวงศ์. “ปัจจัยความสำเร็จในธุรกิจประเภทสินค้าของขวัญและของประดับตกแต่งบ้าน.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- ศิริลักษณ์ ตรินาจ. “ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกรไทย : ศึกษากรณีเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาในกระชัง กิ่งอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี.” ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนสังคม คณะพัฒนสังคมและสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2546.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนาจำกัด, 2540.
- ศรีสง่า กรรณสูต และสาโรช บัวศรี. การศึกษาเพื่อการทำงานและอาชีพ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2521.
- สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2526.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคม[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=411>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม. ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2554. เข้าถึงได้จาก <http://pcocmartsch.moc.go.th/default.aspx>

สุปราณี ศรีฉัตรวิมุข และไฉ จามรมาน. รายงานการวิจัยการสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย.

กรุงเทพมหานคร : สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

สุธรรม รัตนโชติ. การวิจัยเชิงพหุติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ท็อป จำกัด, 2551.

สุพาดา สิริกุดตา. การบัญชีบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, 2546.

สุมินทร์ญามาศ ทิพย์วงศ์. “การศึกษากลยุทธ์การตลาดของร้านวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548.

สุรพล เพิ่มผล. “ลักษณะที่พึงประสงค์สำหรับการประกอบอาชีพอิสระของนักศึกษาคณะวิชาวิทยาการจัดการในสหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

สิริพันธุ์ โฉมอุดม. “ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำ ความเชื่ออำนาจควบคุมตนเองกับความสามารถในการตัดสินใจของผู้ควบคุมงานอาวุโส บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศักยภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

หทัยรัตน์ ลิ้มถวิล. “กลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548.

กฤษดา จารุกิตตานันท์. องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม : ข้อมูลจดทะเบียนบุคคลธรรมดา พ.ศ.2549 [ออนไลน์]. 15 สิงหาคม 2554. เข้าถึงได้จาก E-mail to Phatcharamon Aekthong<design_pix@hotmail.com>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อรพินทร์ ออศิริชัยเสถย์. “การศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์เขาวัวอารมณ์ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเครื่องเขียน.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อาทิตย์ วุฒิกะโร. “ท่านมีลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (ที่ประสบความสำเร็จ) เพียงใด.” วารสารอุตสาหกรรมสาร 1 (มกราคม 2527) : 21 – 31.

- เอี่ยมพร วงศาโรจน์. การพัฒนาเกษตรและอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2522.
- อัมพิกา ไกรฤกษ์. มนุษย์สัมพันธ์ในโรงงาน. กรุงเทพมหานคร : เอช เอ็นการพิมพ์, 2532.

ภาษาต่างประเทศ

- Caird, S.P. "What Do Psychological Tests Suggest about Entrepreneurs?." Journal of Managerial Psychology 8 (1993) : 11 – 20.
- Collins, O., Moore, D.G. The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs. New York : Appleton-Century-Crofts, 1970.
- Frese, Michael. Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa : A Psychological Approach. United States of America : Greenwood Publishing Group, 2000.
- Frese and Rauch. "Psychology of Entrepreneurship" International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences [Online]. Accessed 16 June 2006. Available from <http://wiwi.uni-giessen.de/dl/>
- shoHodgetts, Richard M. and Donald F. Kuratko. Effective small business management. San Diego : Harcourt Brace Jovanovich, 1989.
- Sternberg, Robert J et al. Practical intelligence everyday life. United States of America : Cambridge University Press, 2000.
- Zimmerer, Thomas.W. & Scarborough, Norman M. Entrepreneurship and new venture formation. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 1996.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามของงานวิจัย

เลขที่.....

แบบสอบถาม

เรื่องการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน :
กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
2. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จทางการประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคตลอดจนแนวทางในการแก้ไขการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
 - ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ
 - ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ
2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามในครั้งนี้จะเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ.....ปี
3. การศึกษา
- ☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
- ☐ อนุปริญญา หรือ ปวส. ☐ ปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาโท ☐ สูงกว่าปริญญาโท
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ท่านดำเนินการธุรกิจด้วยเงินลงทุนเริ่มต้นเท่าไร
- ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 – 50,000 บาท
- ☐ 50,001 – 100,000 บาท ☐ 100,001 – 500,000 บาท
- ☐ มากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป
5. ท่านดำเนินการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมาเป็นเวลานานเท่าใด
- ☐ 5 – 10 ปี ☐ 11 – 15 ปี
- ☐ 16 – 20 ปี ☐ 21 ปีขึ้นไป
6. จำนวนลูกจ้างในธุรกิจ
- ☐ 2 – 5 คน ☐ มากกว่า 5 คนขึ้นไป

ส่วนของผู้วิจัย

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับความสำเร็จ				
	5	4	3	2	1
7. ในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
8. ในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ท่านสามารถรักษาน้ำหนักลูกค้าเดิมไว้ได้					
9. ลูกค้าร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีความจงรักภักดีในการช่วยบอกต่อ					
10. ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่านมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีของลูกค้า					

ส่วนของผู้วิจัย

7.....

8.....

9.....

10.....

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับความสำเร็จ				
	5	4	3	2	1
11. ลูกค้ายของท่านส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของท่าน					
12. ในช่วง 1 – 2 ปี ที่ผ่านมารัฐกิจของท่านได้กำไรมาตลอด					
13. ท่านพึงพอใจกับผลกำไรในช่วง 1 – 2 ปีที่ผ่านมา					
14. ยอดขายรวมของปีที่ผ่านมาสูงกว่าเมื่อ 1–2 ปีก่อนมาก					
15. ท่านพึงพอใจในยอดขายรวมของปีที่ผ่านมา					

ส่วนของผู้วิจัย

11.....

12.....

13.....

14.....

15.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

5 = สอดคล้องมากที่สุด 4 = สอดคล้องมาก 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่สอดคล้อง

1 = ไม่สอดคล้องมากที่สุด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
16. ท่านมักเลือกทำงานที่ค่อนข้างยากและท้าทาย					
17. ท่านต้องการทราบผลลัพธ์ของงานที่ได้ทำไปแล้ว เพื่อนำมากำหนดมาตรฐานในการทำงานครั้งต่อไปให้ได้ดียิ่งขึ้น					
18. ท่านพยายามทำงานให้บรรลุถึงมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ					
19. เมื่อท่านทำงานใด หากยังไม่สำเร็จ ท่านจะไม่ลดละความพยายามจนกว่างานนั้นจะสำเร็จ					
20. ท่านไม่ชอบทิ้งงานที่ยังทำไม่เสร็จสมบูรณ์					
21. ท่านมีใจมุ่งมั่นทำงานจนกว่าจะสำเร็จ แม้ว่างานนั้นจะน่าเบื่อหน่ายก็ตาม					
22. ท่านจะนำเอาความล้มเหลวผิดพลาดมาแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จขึ้นได้					
23. ท่านจะทำงานให้ดีกว่าผู้อื่นทำ					
24. ถ้าท่านพบปัญหาในการทำงาน ท่านจะไม่วิตกกังวล แต่จะหาทางแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จ					

16.....

17.....

18.....

19.....

20.....

21.....

22.....

23.....

24.....

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับการตัดสินใจ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
25. ท่านคิดว่าโชคชะตาราศี บุญกรรม และไม่มีส่วนสำคัญที่กำหนดแนวทางและความสำเร็จในชีวิตของท่าน						25.....
26. สิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านทางธุรกิจของท่าน						26.....
27. เป็นเพราะความสามารถทางธุรกิจของท่านเองเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ธุรกิจของท่านเจริญรุ่งเรือง						27.....
28. การทำตามฤกษ์ยามไม่ช่วยให้การค้าเจริญรุ่งเรือง						28.....
29. การทำธุรกิจจะได้กำไรหรือขาดทุน ขึ้นอยู่กับความสามารถของเจ้าของกิจการ						29.....
30. ท่านผ่านวิกฤตต่างๆมาได้ด้วยความสามารถของตนเอง						30.....
31. ท่านยินดีรับกับความเสี่ยงเสมอ เพราะการค้า คือ ความไม่แน่นอน โอกาสได้กำไร-ขาดทุน เท่ากันในอัตรา ร้อยละ50						31.....
32. ท่านยอมรับความเสี่ยงในการตัดสินใจถึงแม้ว่าไม่อาจล่วงรู้ถึงผลกำไรที่จะเกิดขึ้น						32.....
33. ท่านเชื่อว่าคนเราต้องกล้าเสี่ยง แม้จะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเท่าๆกัน						33.....
34. ท่านคิดว่าความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆในการปรับปรุงร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเป็นสิ่งที่ไม่ล้าสมัย						34.....
35. ท่านเน้นขายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างและการบริการตามแบบเดิมเหมือนที่เคยทำมา						35.....
36. ท่านเน้นขายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างแบบเดิมๆที่ขายได้เป็นประจำออกวางจำหน่ายมากกว่าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ออกใหม่ยังไม่เคยขายมาก่อน						36.....
37. ท่านมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจใหม่ๆ						37.....
38. ท่านสอบถามความต้องการของลูกค้าและลูกค้าอยู่เสมอเพื่อเปิดโอกาสช่องทางการทำธุรกิจ						38.....
39. เมื่อท่านรู้ว่าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างชนิดใหม่เป็นที่ต้องการของลูกค้าท่านจะพยายามจัดหาวางขายที่ร้าน						39.....

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับการตัดสินใจ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
40. ท่านมักแสวงหาสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างมาจำหน่ายให้ลูกค้าอย่างหลากหลายและแตกต่างกว่าร้านใกล้เคียง						40.....
41. ท่านเป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้างว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำธุรกิจแม้จะมีเงินลงทุนอย่างจำกัดในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ						41.....
42. ท่านต้องวางแผนทางธุรกิจในอนาคตและดำเนินการตามแผนเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดให้ได้กำไรสูงสุด						42.....
43. ท่านจัดสรรภาระหน้าที่ให้สอดคล้องกับแรงงานที่มีจำกัดเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด						43.....
44. ท่านจะคำนวณผลตอบแทนที่ได้รับว่าคุ้มค่าหรือไม่ก่อนการลงทุนทุกครั้ง						44.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

5 = สำคัญมากที่สุด 4 = สำคัญมาก 3 = สำคัญปานกลาง 2 = สำคัญน้อย

1 = สำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
45. ท่านมีความรู้ความสามารถในการวางแผน						45.....
46. ท่านเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผน						46.....
47. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน						47.....
48. ท่านมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร						48.....
49. ท่านให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กร เช่น การให้ความสำคัญกับลูกค้า						49.....
50. ธุรกิจของท่านมีการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน						50.....
51. ธุรกิจของท่านมีการบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ						51.....
52. ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ						52.....
53. ท่านมีความยืดหยุ่นและความรวดเร็วในการบริหารจัดการ						53.....

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ส่วนของผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
54. สินค้าของท่านมีคุณภาพ						54.....
55. ธุรกิจของท่านมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย						55.....
56. ธุรกิจของท่านมีบริการหลังการขาย เช่น การส่งสินค้า						56.....
57. ราคาสินค้าของท่านเหมาะสมกับคุณภาพ						57.....
58. ราคาสินค้าของท่านสามารถต่อรองได้						58.....
59. สินค้าของท่านมีให้เลือกหลายระดับราคา						59.....
60. ธุรกิจของท่านตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน และมีการคมนาคมสะดวก						60.....
61. ธุรกิจของท่านมีภาพลักษณ์ที่ดี						61.....
62. ธุรกิจของท่านมีการบริการที่รวดเร็วทันใจลูกค้า						62.....
63. ลูกจ้างในกิจการของท่านอุทิศตนเพื่อการทำงานให้แก่กิจการอย่างเต็มที่						63.....
64. ลูกจ้างในกิจการของท่านเอาใจใส่และรับผิดชอบต่องานที่พวกเขาทำ						64.....
65. ลูกจ้างในกิจการของท่านให้บริการอย่างรวดเร็ว และเป็นมิตร						65.....
66. ลูกจ้างในกิจการของท่านมีความซื่อสัตย์และจริงใจ						66.....
67. ลูกจ้างในกิจการของท่านมีความผูกพันกับกิจการ						67.....
68. ธุรกิจของท่านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น						68.....
69. ธุรกิจของท่านมีต้นทุนลดลง						69.....
70. ธุรกิจของท่านมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ						70.....
71. ธุรกิจของท่านมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น						71.....
72. ธุรกิจของท่านมีระบบบริหารเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ						72.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดระบุข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9703

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X7	250.4333	1128.9437	.7222	.9695
X8	250.3667	1149.6885	.4413	.9702
X9	250.3667	1144.7920	.4584	.9702
X10	250.2333	1135.0126	.7496	.9696
X15	250.4000	1133.1448	.6829	.9696
X16	250.4667	1145.8437	.5138	.9700
X17	250.6333	1126.3782	.7221	.9695
X18	250.5667	1131.8402	.6526	.9697
X19	250.6667	1120.2989	.7671	.9694
X20	250.3000	1136.0793	.6393	.9697
X21	249.7667	1141.9782	.6558	.9698
X22	249.8667	1143.7747	.5472	.9700
X23	249.7333	1142.8920	.6219	.9698
X24	249.7333	1136.8920	.6274	.9698

X25	249.8667	1143.3609	.5252	.9700
X26	249.5667	1146.8747	.5768	.9699
X27	249.6667	1149.4713	.5011	.9701
X28	249.6667	1142.3678	.6546	.9698
X29	250.4333	1128.7368	.5125	.9702
X30	250.6667	1129.4713	.5136	.9702
X31	249.9667	1128.5161	.7069	.9696
X32	250.9333	1143.5126	.3250	.9709
X33	249.6333	1142.6540	.6382	.9698
X34	249.7000	1133.5966	.7120	.9696
X35	250.1000	1147.1276	.4315	.9702
X36	250.7000	1131.3207	.4939	.9702
X37	250.5000	1127.8448	.5653	.9700
X38	250.4667	1130.5333	.5971	.9698
X39	250.2000	1126.3034	.6769	.9696
X40	250.9667	1140.7230	.3249	.9710
X41	250.9667	1145.8264	.2819	.9711
X42	250.7667	1151.8402	.2337	.9711
X43	250.0000	1139.1034	.6024	.9698
X44	249.7667	1134.8057	.7128	.9696
X45	249.6000	1138.2483	.6768	.9697
X46	249.7333	1133.7195	.6521	.9697
X47	250.1333	1112.6023	.8695	.9691
X48	249.8000	1125.9586	.8096	.9693
X49	249.6333	1134.5851	.7583	.9695
X50	249.7000	1138.5621	.5625	.9699
X51	249.8000	1141.6138	.6342	.9698
X52	250.0333	1140.4471	.6326	.9698
X53	250.0667	1128.8230	.7590	.9695
X54	250.0000	1134.5517	.7695	.9695

X55	249.4333	1154.2540	.4850	.9701
X56	249.8000	1138.1655	.7051	.9697
X57	249.9333	1140.5471	.5742	.9699
X58	250.0333	1127.8264	.8338	.9693
X59	250.0667	1130.5471	.7286	.9695
X60	249.9667	1145.5506	.4976	.9701
X61	249.8667	1136.4644	.5911	.9698
X62	249.8000	1129.7517	.7426	.9695
X63	249.8333	1133.6609	.6867	.9696
X64	249.8667	1139.8437	.5889	.9699
X65	249.6333	1158.1713	.3092	.9704
X66	249.6000	1151.4897	.4797	.9701
X67	249.9000	1150.4379	.4973	.9701
X68	249.9000	1133.6793	.5760	.9699
X69	250.2333	1139.7023	.6173	.9698
X70	250.1000	1150.1621	.4487	.9702
X71	250.0000	1143.1724	.5587	.9699
X72	250.0000	1153.2414	.3674	.9703
X73	250.2000	1148.6483	.5624	.9700
X75	250.6000	1147.3517	.3727	.9704
X76	250.1333	1145.4989	.5673	.9699
X78	250.2000	1143.6138	.5503	.9700

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 66

Alpha = .9703

ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.9369

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X7	27.7667	31.9782	.8434	.9246
X8	27.7000	34.9069	.6418	.9360
X9	27.7000	33.4586	.6847	.9341
X10	27.5667	34.4609	.7216	.9321
X15	27.7333	32.7540	.8002	.9273
X16	27.8000	34.3034	.7116	.9325
X17	27.9667	31.6885	.8188	.9261
X18	27.9000	31.8862	.8233	.9258
X19	28.0000	31.1034	.8164	.9265

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 9

Alpha = .9369

ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.9455

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X20	115.7667	320.2540	.6151	.9436
X21	115.2333	324.0471	.6025	.9439
X22	115.3333	321.5402	.6231	.9436
X23	115.2000	323.6828	.6031	.9439
X24	115.2000	322.5793	.5391	.9442
X25	115.3333	320.3678	.6292	.9435
X26	115.0333	326.1023	.5444	.9444
X27	115.1333	324.1195	.6064	.9439
X28	115.1333	323.1540	.6462	.9436
X29	115.9000	310.2310	.6322	.9435
X30	116.1333	310.7402	.6329	.9434
X31	115.4333	317.4264	.6475	.9432
X32	116.4000	313.7655	.5326	.9448
X33	115.1000	323.2655	.6312	.9437
X34	115.1667	320.8333	.6215	.9436

X35	115.5667	323.2885	.4976	.9446
X36	116.1667	312.2816	.5997	.9438
X37	115.9667	311.7575	.6461	.9432
X38	115.9333	313.4437	.6824	.9428
X39	115.6667	313.3333	.7051	.9426
X40	116.4333	319.4264	.3654	.9474
X41	116.4333	315.1506	.4735	.9457
X42	116.2333	320.5989	.3874	.9465
X43	115.4667	320.0506	.6403	.9434
X44	115.2333	319.1506	.7044	.9430
X45	115.0667	321.6506	.6425	.9435
X46	115.2000	318.7862	.6356	.9434
X47	115.6000	309.9034	.7918	.9417
X48	115.2667	316.6161	.7296	.9426
X49	115.1000	320.1621	.7072	.9430
X50	115.1667	322.3506	.5132	.9445

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 31

Alpha = .9455

ผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.9512

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X51	99.1333	176.1195	.7168	.9486
X52	99.3667	177.4816	.6177	.9496
X53	99.4000	175.2138	.6407	.9493
X54	99.3333	174.9885	.7671	.9481
X55	98.7667	181.4264	.5703	.9501
X56	99.1333	175.4299	.7539	.9482
X57	99.2667	178.1333	.5289	.9506
X58	99.3667	172.1023	.8448	.9471
X59	99.4000	171.9034	.7936	.9476
X60	99.3000	177.3207	.5837	.9499
X61	99.2000	173.2690	.6890	.9488
X62	99.1333	171.9126	.7931	.9476
X63	99.1667	171.6609	.8208	.9473

X64	99.2000	177.1310	.5779	.9500
X65	98.9667	182.4471	.4010	.9516
X66	98.9333	182.1333	.4472	.9511
X67	99.2333	179.1506	.6117	.9497
X68	99.2333	171.0126	.7091	.9487
X69	99.5667	175.2195	.6988	.9487
X70	99.4333	178.7368	.5637	.9501
X71	99.3333	175.4713	.6954	.9487
X72	99.3333	178.9885	.5210	.9506
X73	99.5333	178.7402	.6664	.9492
X75	99.9333	179.7195	.3691	.9531
X76	99.4667	176.9471	.6887	.9489
X78	99.5333	176.7402	.6320	.9494

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 26

Alpha = .9512

ภาคผนวก ก
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร.ภายใน 22520
ที่ ศธ 0520.107(นฐ) / ๑183 วันที่ 21 ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรานิช

ด้วย นางสาวพิมพ์ชนุณณ์ แจ่มใสศรี นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญ ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107 (นฐ) / ๑182

160

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

21 ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สมสิทธิ์ มีแสงนิล

ด้วย นางสาวพิมพ์ชนาณ์ แจ่มใสศรี นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญ ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



บันทึกข้อความ

161

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร.ภายใน 22520
ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 918/ วันที่ 21 ธันวาคม 2554
เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

ด้วย นางสาวพิมพ์ชนุณ แจ่มใสศรี นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญ ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวพิมพ์ชนัญ แจ่มใสศรี
ที่อยู่	99/2 หมู่ 4 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ที่ทำงาน	713-715-717 ถนนมหาไชย แขวงบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทา
พ.ศ. 2553	ศึกษาคertificateปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2551 – 2554	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม
พ.ศ.2554 – ปัจจุบัน	ผู้แทนด้านการแพทย์ บริษัท ศ.เจริญเภสัชเทรดดิ้ง จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร