

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “บุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (4-5 ดาว) ประเภทธุรกิจอาหาร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งสมการพยากรณ์ของบุคลิกภาพผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบธุรกิจประเภทอาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรในระดับสินค้าสุดยอด 4-5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 32 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินผู้ถูกสัมภาษณ์ของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product - Moment Correlation Coefficient) และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้แบ่งการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP

ส่วนที่ 2 ลักษณะของบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศและอายุ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

ส่วนที่ 5 การสร้างสมการพยากรณ์ของบุคลิกภาพผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP

ผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ OTOP 4-5 ดาว ประเภทอาหาร จำนวน 32 คน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้

- เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (62.50% และ 37.50% ตามลำดับ)
- เป็นคนสัญชาติไทย เชื้อสายจีน (75%)
- มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี (56.25%)
- จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (50%)
- มีสมาชิกในครอบครัวเป็นเจ้าของกิจการเอง (75%)
- เคยประกอบธุรกิจอื่นมาก่อน (56.25%)
- เคยมีประสบการณ์การทำงานจากที่อื่นมาก่อน (65.62%)
- มีจำนวนผู้ประกอบการที่เคยได้รับการฝึกอบรมและไม่เคยได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของธุรกิจเท่ากัน
- เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการก่อตั้งเอง (71.87%)
- เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว ไม่มีหุ้นส่วน (68.74%)
- ใช้เงินลงทุนในการเริ่มดำเนินธุรกิจ 10,001-100,000 บาท (37.50%)
- ไม่ได้เขียนแผนธุรกิจ (65.63%)
- มีพนักงานในธุรกิจ จำนวน 6-10 คน (37.50%)
- มีพนักงานประจำ จำนวน 0-5 คน (53.13%)
- ไม่มีพนักงานที่มาจากสมาชิกในครอบครัว (56.24%)

โดยสรุปพบว่าผู้ประกอบการ OTOP ระดับ 4-5 ดาว ประเภทอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (62.50%) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะประชากรของประเทศไทย ที่พบว่ามีผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย (50.45% และ 49.55% ตามลำดับ) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร, 2547, น.10) เลยทำให้ธุรกิจ OTOP ที่เป็นธุรกิจชุมชนตำบล มีผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (75%) เป็นคนสัญชาติไทย เชื้อสายจีนนั้น อาจเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยมีชาวจีนโพ้นทะเลไกลมาอาศัยอยู่ประมาณ 2 ล้านกว่าคน (จำลอง พิศนาคะ, 2544, น.12) ซึ่งเมื่อชาวจีนเหล่านี้ได้ตั้งรกรากและสืบเชื้อสายต่อกันไป โดยที่นิยมมีลูกหลานจำนวนมาก จึงทำให้คนไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน

จากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (56.25%) มีอายุในช่วง 35-44 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาขึ้นไป โดยจบระดับปริญญาตรี 50% ระดับปริญญาโท 15.61% และระดับปริญญาเอก 3.11% แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ได้รับความเชื่อถือและการยอมรับจากคนในตำบลให้เป็นตัวแทนของตนได้นั้น ต้องเป็นผู้ที่มีวุฒิและคุณวุฒิที่เหมาะสม คือ ต้องมีความเป็นผู้ใหญ่ มีความรู้และความสามารถ นอกจากนี้ธุรกิจที่ศึกษาครั้งนี้เป็นธุรกิจประเภทอาหาร ซึ่งต้องให้ความรู้ความสามารถภายในของแต่ละบุคคลเป็นหลัก ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องปฏิบัติจริง ลองผิดลองถูกด้วยตนเอง ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการสะสมความรู้ ทักษะและเทคนิคต่างๆ ผลการศึกษาจึงพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป

เมื่อพิจารณาด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจนั้นพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (75%) มีสมาชิกในครอบครัวเป็นเจ้าของกิจการ และผู้ประกอบการร้อยละ 65.62 เคยมีประสบการณ์การทำงานจากที่อื่นมาก่อน นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนของผู้ประกอบการที่เคยประกอบธุรกิจประเภทอื่นมาก่อนมีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ประกอบการที่ไม่เคยประกอบธุรกิจมาเลย (56.25% และ 43.75% ตามลำดับ) และมีจำนวนของผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับการอบรมและไม่เคยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของธุรกิจเท่ากัน จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจ OTOP ประเภทอาหารได้นั้น ไม่จำเป็นต้องเคยมีประสบการณ์ในประกอบธุรกิจอื่นมาก่อน และไม่จำเป็นต้องเคยเข้ารับการฝึกอบรมเสมอไป แต่จำเป็นต้องมีความรู้และประสบการณ์พื้นฐานมาบ้าง ซึ่งอาจได้มาจากการที่มีคนในครอบครัวเคยประกอบธุรกิจมาก่อนหรือได้จากการที่ผู้ประกอบการเคยทำงานจากที่อื่นมาก่อน โดยผู้ประกอบการสามารถนำเอาความรู้ความสามารถเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจของตนได้

ในการดำเนินธุรกิจนั้นพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (71.87%) ก่อตั้งกิจการเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจที่ศึกษาครั้งนี้เป็นธุรกิจประเภทอาหาร ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ประกอบกับธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงนัก โดยจะเห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (37.50%) ใช้เงินลงทุนในการเริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 1 หมื่นถึง 1 แสนบาท ดังนั้นจึงทำให้ผลการวิจัยพบว่า มี

ผู้ประกอบการร้อยละ 68.74 เป็นเจ้าของกิจการเอง ดำเนินธุรกิจเองโดยไม่มีหุ้นส่วน นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (65.63%) ไม่มีการเขียนแผนธุรกิจในการดำเนินธุรกิจนั้น ก็อาจ เนื่องจากสาเหตุข้างต้น ที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของกิจการเอง ดำเนินธุรกิจเอง ดังนั้นเวลา มีแผนในการดำเนินธุรกิจ ก็จะเลือกใช้กลยุทธ์ใด มีเป้าหมายอย่างไร ก็ไม่จำเป็นต้องเขียนออกมา เพื่อให้ใครรับรู้ เพราะเป็นคนคิดเอง ดำเนินการเอง

ขณะที่ด้านจำนวนพนักงานนั้นพบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงานในธุรกิจเพียง 6-10 คน (37.50%) และเป็นพนักงานประจำไม่เกิน 5 คน (53.13%) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจที่ศึกษาครั้งนี้ เป็นธุรกิจอาหารที่ผู้ประกอบการส่วนมากมักจะกลัวคนอื่นมารู้สูตรอาหารหรือเคล็ดลับในการทำอาหารของตน แล้วเอาข้อมูลเหล่านั้นไปเปิดกิจการแข่งกับธุรกิจของตนเอง ดังนั้นธุรกิจส่วนใหญ่จึงมีพนักงานจำนวนไม่มาก โดยพนักงานเหล่านี้มีไว้ช่วยในเรื่องของการทำผลิตภัณฑ์ ดัดแปลงสินค้า เป็นพนักงานขาย หรือช่วยส่งของ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับส่วนของการปรุงอาหาร

ส่วนที่ 2 ลักษณะของบุคลิภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

1. บุคลิภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้มีระดับสูงที่สุด (75.02%) รองลงมาคือด้านความใส่ใจในความสำเร็จ (71.80%) โดยมีด้านความมีนวัตกรรม ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความแกร่งในการแข่งขัน ตามมาเป็นลำดับ (66.60%, 65.30%, 64.60% และ 62.16%)

2. คุณลักษณะของภูมิความรู้ความชำนาญอยู่ในระดับปานกลาง นั่นคือ มีจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาเฉลี่ย 14.5 ปี เทียบได้กับระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือระดับอนุปริญญา มีความชำนาญในวิชาชีพจากการเคยประกอบธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ประเภทอาหาร หรือเคยมีประสบการณ์การทำงานมาก่อน โดยสามารถนำเอาความรู้ความชำนาญเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจนี้ได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีประสบการณ์ในการบริหารจากการประกอบธุรกิจขนาดเล็กและได้เรียนรู้การบริหารจัดการจากการทำงานในระดับหัวหน้า

3. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจประเภทอาหารของ OTOP ได้นั้น ต้องมีบุคลิภาพผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับปาน

กลางขึ้นไป โดยเฉพาะบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และด้านความใส่ใจในความสำเร็จที่ต้องมีในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจนี้ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นธุรกิจระดับรากหญ้า ที่มีจุดประสงค์ให้คนในตำบลมีรายได้ มีงานทำ และยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น รัฐบาลจึงมีการสนับสนุนและพัฒนาในด้านต่างๆ ให้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ การนำเข้าเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเชื่อมโยงสินค้าจากท้องถิ่นสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) นอกจากนี้ยังมีการอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับความสามารถและทักษะของผู้ประกอบการด้วย (สุชาติ อรุณรักษ์ถาวร, 2545, น.50) การที่มีรัฐบาลให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้นมีสูง หากผู้ประกอบการมีใจตั้งมั่นว่าอยากจะทำสำเร็จ แม้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจ ก็ไม่ย่อท้อหรือเก็บมาเป็นอารมณ์ แต่นำประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้เพื่อประยุกต์ใช้ต่อไป ผู้ประกอบการก็สามารถประสบความสำเร็จได้ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จจึงเป็นบุคลิกภาพผู้ประกอบการที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผลการวิจัยจึงพบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการทั้ง 2 ด้านนี้เป็นบุคลิกภาพที่โดดเด่นของผู้ประกอบการ OTOP ในระดับ 4-5 ดาว

ในขณะที่บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม ความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง และความแกร่งในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลางนั้น ก็อาจเนื่องจากการที่รัฐบาลช่วยประเมินแนวทางการเจาะตลาดสินค้าใหม่ให้ การช่วยกำหนดเป้าหมายและวางกลยุทธ์สำหรับสินค้าที่จะส่งออก รวมทั้งช่วยให้ข้อมูลและคำปรึกษาเพื่อแนะแนวโน้มของสินค้าในตลาดเป้าหมาย (เดลินิวส์, 2547, น.8) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องคิดริเริ่มในสิ่งใหม่ๆ เอง ไม่ต้องตัดสินใจอะไรด้วยตนเองมากนัก เพราะมีรัฐบาลคอยช่วยตัดสินใจให้ทุกอย่าง

นอกจากนี้การที่มีรัฐบาลคอยช่วยส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการตลาดโดยจัดหาที่จำหน่ายต่างๆ เช่น ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ร้านค้าชุมชน ร้านค้าทั่วไป สถานีน้ำมัน พร้อมกับจัดทำโครงการแสดงและจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับภูมิภาคและประเทศในรูปแบบต่างๆ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2546, น.4) รวมไปถึงการจัดให้มีสถานที่แสดงสินค้าถาวร และเป็นตลาดกลางสินค้าที่เรียกว่า โอท็อป ช็อป (OTOP SHOP) เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าสู่ตลาดโลก โดยใช้เป็นศูนย์ที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสินค้าโอท็อปที่มีศักยภาพในการส่งออกไปกับผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าจากต่างประเทศ (เดลินิวส์, 2547, น.10) จากปัจจัยเหล่านี้ ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความจำเป็นต้องเสี่ยงที่จะลงทุนในตลาดที่ไม่แน่นอน และไม่จำเป็นต้องแข่งขัน

กับใคร เพราะมีตลาดที่รัฐบาลเตรียมไว้สำหรับรองรับสินค้าอยู่แล้ว ดังนั้นผลจากการวิจัยจึงพบว่า บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงและความแกร่งในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง

ในขณะที่ภูมิความรู้ความชำนาญด้านจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ความชำนาญในวิชาชีพ และประสบการณ์ในการบริหารอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด อาจเนื่องจากการที่รัฐบาลมีฝึกอบรมให้ความรู้ทั้งในเรื่องการคิดต้นทุน การทำบัญชี การตั้งราคา การผลิต การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการให้ความรู้ทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ นอกจากนี้รัฐบาลยังมีการจัดหาตลาดที่จะส่งออกสินค้าให้ (เดลินิวส์, 2547, น.10) ดังนั้นผู้ประกอบการ OTOP จึงไม่จำเป็นต้องมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจมากนัก

ผลการวิจัยยังพบว่าความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP 4-5 ดาวนั้นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งก็สอดคล้องกับมาตรฐานการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ที่ผู้ประกอบการใดจะอยู่ในระดับ 4-5 ดาวได้นั้น ต้องมีสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ ศักยภาพในการส่งออกและเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ (คณะกรรมการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2547 และคณะกรรมการอำนาจการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2547, น.5) ซึ่งการที่ผู้ประกอบการสามารถทำสินค้าให้มีคุณภาพได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดนั้น ก็ชี้ให้เห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะต้องประสบความสำเร็จสูงในการประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศและอายุ

1. ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีเพศต่างกันมีบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจไม่แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการที่มีอายุ 35-44 ปี มีบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเองสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 45-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 35-44 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ผู้ประกอบการที่มีอายุ 35-44 ปี มีจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 45-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ประกอบการที่มีเพศแตกต่างกันมีบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากลักษณะงานของธุรกิจ OTOP ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ความรู้ความชำนาญเหมือนบางธุรกิจ เช่น ธุรกิจอุตสาหกรรมโลหะและพลาสติกหรือธุรกิจผู้ผลิตไฟฟ้าที่ต้องมีความรู้ทางด้านช่างเป็นพื้นฐาน ซึ่งความรู้นี้เพศชายมักจะถนัด แต่ธุรกิจ OTOP เน้นไปที่การใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ซึ่งไม่ว่าเพศชายหรือหญิงต่างก็สามารถมีความรู้ความชำนาญได้ นอกจากนี้ธุรกิจที่ศึกษาครั้งนี้เป็นธุรกิจประเภทอาหาร ที่เพศชายและหญิงต่างก็มีความสามารถทำได้ดีพอๆ กัน ดังที่คาลเลเบิร์กและลิชท์ (Kalleberg, and Leicht, 1991) ได้ศึกษากับผู้ประกอบการจากธุรกิจ 3 ประเภท คือ ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ประเภทขายคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ และประเภทที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีเพศหญิงดำเนินกิจการไม่ได้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวมากไปกว่าธุรกิจที่มีเพศชายดำเนินกิจการ จากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ทำให้บุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จของทั้งเพศหญิงและชายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัตสัน และนิวบี (Watson and Newby, 2005) ที่พบว่า เพศต่างกันความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ และความมีนวัตกรรมไม่แตกต่างกัน และเบคเคอร์ (Bekker, 1993) ที่ได้ศึกษากับนักศึกษามหาวิทยาลัย สาขาจิตวิทยา ประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่าความตระหนักรู้ในตนเอง และความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความเป็นตัวของตัวเองนั้น ไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง นอกจากนี้อุซันยี่ สุนทรโรทก (2539) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนขายประกันชีวิต พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการ OTOP ที่มีอายุ 35-44 ปี มีความเป็นตัวของตัวเองสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 45-54 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนในช่วงอายุ 35-44 ปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาปลายของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นคาบเกี่ยวกับช่วงเวลาดั้นๆ ของวัยกลางคน จะเริ่มรู้จักตนเองดีขึ้น การดำเนินชีวิตก็เข้ารูปแล้วหรือเกือบเข้ารูป (สุชา จันทน์หอม, 2536, น.171-174) สามารถเลือกอาชีพที่ตนพอใจและคิดว่ามันคงพอที่จะสร้างฐานะให้กับครอบครัวได้แล้ว ซึ่งอาชีพในที่นี้ก็คือการเป็นเจ้าของกิจการเอง และโดยธรรมชาติของคนที่เพิ่งเริ่มเป็นเจ้าของกิจการเองนั้น จะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการสูง มีความภูมิใจในตนเอง และต้องการที่จะตัดสินใจอะไรด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัตกิน (Watkin, 1976 quoted in Sally P.Caird, 1993) ซึ่งใช้ EPPS Test (Edward Personal Preference Schedule) ทดสอบความเป็นผู้ประกอบการแล้วพบว่าผู้ประกอบการจะมีความเป็นตัวของตัวเองสูงในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ

ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุ 35-44 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปนั้น อาจเนื่องมาจากตามธรรมชาติของบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีนั้น มักจะพัฒนาตนเองให้มีภาวะอารมณ์และจิตใจแบบผู้ใหญ่ หรือที่เรียกว่าวุฒิภาวะยังไม่ครบบริบูรณ์นัก เพราะยังขาดความสุ่มรอบคอบ ยังถือตนเองเป็นศูนย์กลางของความสนใจและความต้องการต่างๆ ยังทำอะไรตามอารมณ์ตนเองเป็นใหญ่อยู่ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2545, น.472-473) ทำให้เมื่อเวลาบริหารงานแล้วเกิดความผิดพลาด ก็มักจะใช้อารมณ์มากกว่าคนที่อายุสูงกว่า 35 ปีขึ้นไป ที่มักจะรู้จักควบคุมอารมณ์ได้ดี คิดไตร่ตรองหาเหตุและผลของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น แล้วนำมาเป็นบทเรียนชีวิต นอกจากนี้คนที่อายุต่ำกว่า 35 ปี ที่ถือว่าอยู่ในช่วงหนุ่มสาวนั้น จะเปลี่ยนงานบ่อยกว่าคนที่อายุมากกว่า เพราะเป็นช่วงค้นหาความหมายจากการทำงาน หาโอกาสที่จะฝึกทักษะใหม่ และหาโอกาสแสดงฝีมือ จึงยังไม่ยึดติดกับอาชีพใดอาชีพหนึ่ง (นพมาศ อึ้งพระ, 2545, น.152) ต่างกับคนที่อายุ 35-44 ปี และอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่แม้ว่าจะทำธุรกิจผิดพลาด หรือรู้สึกไม่สนุกกับงานที่ทำแล้ว ก็ไม่มีโอกาสที่จะเปลี่ยนงานได้ เหมือนกับพวกที่อายุน้อยกว่า จึงจำเป็นต้องยืนหยัดแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถดำเนินต่อไปได้

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการอายุ 35-44 ปี มีจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาสูงกว่าผู้ประกอบการที่อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสมัยก่อนยังให้ความสำคัญในการศึกษาไม่มาก โดยจะเน้นการเรียนสายวิชาชีพมากกว่า เพราะการเรียนสายวิชาชีพจะเน้นการปฏิบัติ ทำให้จบแล้วก็สามารถที่จะหางานทำได้เลย รวมทั้งโอกาสในการศึกษาศึกษาสมัยก่อนยังไม่เปิดกว้างเท่าปัจจุบัน ดังนั้นคนสมัยก่อนการศึกษาระดับปริญญาตรีก็ถือว่าสูงสุดแล้ว แต่ปัจจุบันการศึกษาระดับปริญญาตรีถือว่าไม่เพียงพอ จำเป็นที่จะต้องหาความรู้เพิ่มเติม ซึ่งผลการวิจัยนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของไดแอมบอมบา (Diambomba, 1972, pp.2233-2234 อ้างถึงใน ชลเย็น, 2539, น.23-24) ที่พบว่าระดับการศึกษาลดลงเมื่ออายุมากขึ้น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่อายุ 55 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่อายุ 45-54 ปี ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไปนั้น ที่ถือว่าเป็นช่วงปลายของวัยผู้ใหญ่กลางคนนั้น จะมีประสบการณ์ชีวิต ทำให้มีความเฉลียวฉลาด รู้จักคิดหลายแง่มุม สำหรับบางคนนั้นถือได้ว่าช่วงนี้เป็นสื่อยอดชีวิตในความสำเร็จด้านการทำงาน ขณะที่บางคนกลับรู้สึกช่วงนี้เป็นช่วงล้มเหลวและเบื่องาน (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2545, น.494-495) จึงเริ่มถอยออกจากอาชีพที่ตนทำ ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปนั้น ยังคงดำเนินธุรกิจของตนอยู่ ก็สามารถแสดงให้เห็นว่าธุรกิจนั้นจะต้องประสบความสำเร็จในระดับที่สูง มิเช่นนั้นผู้ประกอบการคงจะเลิกดำเนินธุรกิจไปแล้ว ผลการศึกษาจึง

พบว่าผู้ประกอบการที่อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่อายุ 45-54 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ สุนทโรทก (2539) ที่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุลดี ยมาภัย (2537) และวรรณา ธีรบรรณรัตน์ (2540) ที่พบว่าอายุมีผลในทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเคอร์ชเนอร์ และคณะ (Kitchner, et al. quoted in Lamont and Lundstrom, 1977, p.521) ที่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายปลีก และพนักงานขายประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

1. บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ($r = .383$)
2. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภูมิความรู้ความชำนาญในด้านจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและประสบการณ์ในการบริหารอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ($r = .412$ และ .367 ตามลำดับ)

จากผลการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP ประเภทอาหารนั้น อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจประเภทอาหารที่ผู้บริโภค นอกจากจะให้ความสำคัญกับคุณภาพ ราคาและรสชาติของอาหารแล้ว ยังพิจารณาถึงความแปลกใหม่ของสินค้าและบริการด้วย ดังนั้นธุรกิจจะต้องสร้างสินค้าหรือบริการให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนกับคู่แข่ง ไม่เลียนแบบ ดังแนวคิดการตลาดที่ว่า "Differentiate or Die" คือ ถ้าสร้างความแตกต่างไม่ได้ ธุรกิจก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ (สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2548, น.48-49) ทำให้ผู้ประกอบการที่ต้องการจะประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น จึงจำเป็นต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเมลลอน (Mellon, 1976 อ้างถึงใน วรรณา ฉายาวัดนะ, 2544, น.28) ที่ศึกษาผู้ประกอบการกิจการวิทยาลัยธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ประกอบการมีบุคลิกภาพจำเป็นสำหรับทำหน้าที่ประกอบการ โดยหนึ่งในหลายๆ บุคลิกภาพคือ การชอบคิดค้นสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545) และภาณี อุบลศรี

(2546) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีค่าเฉลี่ยของลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำในด้านกล้าริเริ่ม

ผลการวิจัยยังพบว่าความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการจะมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้า บริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้นั้น ก็ต้องอาศัยความรู้เป็นพื้นฐาน เพื่อที่จะได้นำความรู้นั้นไปพัฒนาปรับเปลี่ยนเป็นสิ่งใหม่ๆ ให้กับธุรกิจของตนได้ นอกจากนี้การได้ศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ทำให้เป็นการเปิดกว้างโลกทัศน์ ได้แก่มุมมองต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความคิดริเริ่มได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอะแวมเลห์ (Awamleh, 1994) ที่ศึกษากับผู้จัดการระดับต่างๆ ของราชการพลเรือน ใน 24 กระทรวง และ 9 กรมส่วนกลางของประเทศจอร์แดน จำนวน 293 คน โดยพบว่าความมีนวัตกรรมกับระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เล็กน้อยทางบวก

นอกจากนั้นยังพบว่าความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร ทั้งนี้อาจเพราะนวัตกรรมเป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือระบบการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ (ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2547, น.17) ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการมากกว่า จึงน่าที่จะมีความสามารถในการเห็นมุมมองใหม่ๆ เกิดความคิดริเริ่มใหม่ๆ ได้มากกว่า ซึ่งผลการศึกษาลดคล้อยกับงานวิจัยของปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) และอภิสิทธิ์ ประวัติเมือง (2544) ที่ศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในธุรกิจร้านหนังสือ โดยพบว่าประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์กับลักษณะความมีนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

ในขณะที่บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านอื่นๆ นอกจากด้านความมีนวัตกรรม กล่าวคือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความแกร่งในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ รวมถึงภูมิความรู้ความชำนาญ ด้านจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ด้านความชำนาญในวิชาชีพ และด้านประสบการณ์ในการบริหาร ที่ต่างก็ไม่พบความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ OTOP ประเภทอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะธุรกิจของ OTOP ที่มีรัฐบาลเป็นผู้กำหนดและจัดการในเรื่องต่างๆ ให้ เริ่มตั้งแต่การที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานของการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่าจะต้องผ่านการพิจารณาในด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน ด้านตัวผลิตภัณฑ์ และด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และยังเป็นผู้กำหนดระดับดาวให้กับผู้ประกอบการ โดยผู้ที่จะได้รับคัดเลือกให้อยู่ในระดับ 4-5 ได้นั้น ต้องได้คะแนนตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป (คณะอำนวยการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2547 และ

คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2547, น.5) นอกจากนี้รัฐบาล ยังให้ความช่วยเหลือต่างๆ ทั้งในด้านการส่งเสริมการตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ เช่น ให้ความร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และปั้มน้ำมัน ช่วยจัดทำข้อมูลหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม และจัดตั้ง Outlet สำหรับป้อนผลิตภัณฑ์เข้าสู่ ตลาดทั้งในและต่างประเทศ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2546, น.4-10) พร้อมทั้ง ยังช่วยให้ความรู้ฝึกอบรมในเรื่องที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ เช่น สอนการคิดต้นทุน การทำบัญชี การตั้งราคา การบริหาร การผลิต การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น (เดลินิวส์, 2547, น.10) ซึ่ง จากการช่วยเหลือดังกล่าวของรัฐบาล อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของ บุคลิกภาพและภูมิความรู้ความชำนาญตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นต่างกัน ก็สามารถที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) และอภิสิทธิ์ ประวัติเมือง (2544) ที่ศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือที่พบว่า บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความแกร่งในการ แข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ รวมไปถึง ภูมิความรู้ความชำนาญด้านความชำนาญในวิชาชีพ และด้านประสบการณ์ในการบริหารไม่มี ความสัมพันธ์กับความสำเร็จ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภา ฉายาวัดมนะ (2544) และรณรงค์ ศรีจันทร์ธนนท์ (2544) ที่พบว่าความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง ความแกร่งใน การแข่งขัน ความใส่ใจในความสำเร็จ จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและความชำนาญในวิชาชีพไม่มี ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติก ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขณะที่เฟรเซอร์ส ครอซส์ และฟรายดริช (Frese, Krauss and Friedrich, 2000) ก็พบเช่นกันว่าความแกร่งในการแข่งขันไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของ ผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศซิมบับเว

ในส่วนของภูมิความรู้ความชำนาญ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545) ที่ศึกษากับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 205 คน และงานวิจัยของสุนทร อุจจ์ศรี (2544) ที่ศึกษาเรื่องความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ความสำเร็จของผู้ประกอบการกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและประสบการณ์ในด้านการบริหาร โดยมีงานวิจัยของสิดา สอนศรี (2531) ที่สนับสนุนว่านักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้นไม่ จำเป็นต้องมีการศึกษาสูง ไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานจากครอบครัวเสมอไป เช่นเดียวกับบรม

และลองเกนเนคเกอร์ (Broom and Longenecker, 1971, p.103-108) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบางประเภทอาจจะไม่ต้องมีการศึกษาและประสบการณ์สูงมากนัก

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ที่พบว่า บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านนี้เป็นด้านที่อยู่ในระดับสูงที่สุด แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เมื่อได้พิจารณาข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ถึงลงไปในตารางที่ 4.14 จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทั้ง 3 ระดับ คือสูง กลาง และต่ำ มีความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ในระดับค่อนข้างสูง โดยเป็นด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระดับต่ำและสูง และเป็นด้านที่มีคะแนนสูงเป็นลำดับที่ 2 ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จปานกลาง ซึ่งคะแนนในด้านนี้สูงขึ้นไปตามระดับของความสำเร็จ จึงทำให้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านนี้กับความสำเร็จ

บุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความใส่ใจในความสำเร็จก็เช่นเดียวกัน ที่แม้จะมีคะแนนเฉลี่ยสูงรองจากด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ แต่ก็ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากตารางที่ 4.14 แล้ว จะพบว่าด้านความใส่ใจในความสำเร็จเป็นด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง และเป็นด้านที่มีคะแนนสูงเป็นลำดับที่ 2 ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงนั้น มีบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านนี้สูงเป็นลำดับที่ 3 แต่เมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนแล้ว จะพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงมีคะแนนด้านนี้สูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำ (71.66% และ 67.78% ตามลำดับ) ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวถึงด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และด้านความใส่ใจในความสำเร็จน่าจะสรุปได้ว่า บุคลิกภาพผู้ประกอบการทั้ง 2 ด้านนี้ แม้จะไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ แต่ก็ถือได้ว่าเป็นบุคลิกภาพที่มีความสำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีเป็นพื้นฐานในระดับค่อนข้างสูง ถึงจะสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้

ส่วนที่ 5 การสร้างสมการพยากรณ์ของบุคลิกภาพผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP

จากการวิเคราะห์ข้อมูลไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถสร้างสมการพยากรณ์ของบุคลิกภาพ

ผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการได้

จากผลการวิจัยที่พบจากการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทอาหาร สามารถสรุปได้ว่าจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา และประสบการณ์ในการบริหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่เพิ่มความสามารถในการมีนวัตกรรมให้สูงขึ้น ซึ่งความมีนวัตกรรมนี้เป็นบุคลิกภาพผู้ประกอบการที่ส่งผลโดยตรงถึงความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. จากผลการวิจัยพบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ในการเรียนรู้และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จเป็นบุคลิกภาพที่โดดเด่นของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการ OTOP ที่อยู่ในระดับ 1-3 ดาว ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทอาหาร ควรจะพิจารณาตนเองว่ามีบุคลิกภาพผู้ประกอบการเหล่านี้ในระดับที่สูงแล้วหรือไม่ และควรที่จะพัฒนาตนเองให้มีบุคลิกภาพเหล่านี้ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น
2. เนื่องจากบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ แต่จากผลการวิจัยที่ได้พบว่าผู้ประกอบการมีบุคลิกภาพด้านความมีนวัตกรรมแค่ระดับปานกลาง ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดฝึกอบรมและพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีความมีนวัตกรรมสูงขึ้น ซึ่งตัวผู้ประกอบการเองควรที่จะเพิ่มระดับของบุคลิกภาพดังกล่าว โดยการเข้ารับการอบรม หรือค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อเปิดกว้างทางความคิด ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น
3. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและประสบการณ์ในการบริหาร ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการมีการศึกษาที่สูงขึ้นและหาประสบการณ์ในการบริหารเพิ่มขึ้น ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมให้สูงขึ้นได้
4. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางรากฐานของการเรียนการสอน โดยพัฒนาให้มีการเน้นในเรื่องการฝึกให้มีความมีนวัตกรรม และประสบการณ์ในการบริหาร เพื่อเสริมสร้างให้นักศึกษาได้เกิดการเรียนรู้และฝึกฝนก่อนที่จะออกไปดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัย

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเปรียบเทียบผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอาหารที่ไม่ได้อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่าจะมีบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จคล้ายคลึงกับผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารหรือไม่
2. ควรขยายศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มธุรกิจประเภทอื่นๆ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่าจะมีรูปแบบของบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จคล้ายคลึงกับผู้ประกอบการประเภทอาหารหรือไม่
3. ควรศึกษาวิจัยในลักษณะนี้กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในภาคอื่นๆ ของประเทศ เพื่อดูว่าผลการวิจัยจากผู้ประกอบการต่างๆ ที่มาจากสภาพแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้บุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จแตกต่างกันไปจากกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในกรุงเทพหรือไม่
4. ควรขยายตัวแปรในการศึกษาเพิ่มเติม โดยอาจจะศึกษาจากเงินที่ใช้ในลงทุน ดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ ลักษณะในการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ว่าเป็นการรับช่วงมา หรือเป็นผู้ก่อตั้งเอง หรือแม้แต่ลักษณะของกิจการว่ามีหุ้นส่วนเข้าร่วมดำเนินกิจการหรือไม่ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้น่าสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมว่าจะมีการส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร