

บทความวิจัย

อาจารย์ ดร.อุบลวรรณ ภวานันท์
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อุไรวรรณ รุ่งไธัญญ์
นักวิจัย สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การวิจัยเกณฑ์พื้นฐาน (Base Rate) ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของผู้เข้าอบรม โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของส่วนเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาเกณฑ์พื้นฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการของผู้ที่อบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ในเขตอบรมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กระทรวงอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่กำลังอบรมโครงการ NEC ในช่วงฤดูร้อนปี พ.ศ. 2556 (กลุ่ม NEC) และหลังจากจบแล้ว 1 เดือน สามารถริเริ่มหรือขยายธุรกิจได้ (กลุ่ม NEC) และผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการ NEC ไปแล้วประสบความสำเร็จ สามารถสร้างหรือขยายกิจการได้เกินกว่า 3 ปี (กลุ่ม SMEs) จำนวน 627 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการที่สร้างขึ้นอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีทั้งเชิงพรรณนา เชิงสหสัมพันธ์เพียร์สัน การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และเชิงเปรียบเทียบด้วยค่า t โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลพบดังต่อไปนี้

1. กลุ่ม NEC มีจำนวนของเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี เป็นโสด ส่วนกลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นโสดหรือสมรสในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุมากกว่า 40 ปี
2. เกณฑ์พื้นฐานของกลยุทธ์การดำเนินงานของทั้ง 2 กลุ่มเหมือนกันคือ ใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาส แบบการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ และแบบการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนแบบการตั้งรับจะใช้ระดับค่อนข้างต่ำ
3. เกณฑ์พื้นฐานของภูมิความรู้ความชำนาญเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่มคือ ต้องมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์บริหารอย่างน้อย 1-5 ปี มีความชำนาญในวิชาชีพอย่างน้อย 1-5 ปี แต่ในกลุ่ม SMEs มีอีกกลุ่มคือผู้ที่มีความชำนาญในวิชาชีพมากกว่า 10 ปี ด้วย
4. เกณฑ์พื้นฐานของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่มคือ มีบุคลิกด้านความมีนวัตกรรม ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ในระดับค่อนข้างสูง และมีด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ในระดับปานกลาง
5. เกณฑ์พื้นฐานของการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่ม คือ มีการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในสภาพที่ย่งยากหรือง่ายในระดับปานกลาง
6. เกณฑ์พื้นฐานของการรับรู้ความสำเร็จในการประกอบการเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่ม คือ ต้องอยู่ในระดับปานกลาง
7. เกณฑ์พื้นฐานของการรับรู้แนวโน้มของธุรกิจ พบว่า สำหรับกลุ่ม SMEs อย่างน้อยต้องรับรู้ว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเล็กน้อย ส่วนกลุ่ม NEC อย่างน้อยต้องรับรู้ว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

คำสำคัญ : ผู้เข้าอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่, ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

¹ งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2556

New Entrepreneurs Creation Section, Entrepreneur Development office, Department of *INDUSTRIAL PROMOTION, Minister of Industry*

Abstract

The aim is to study the base rate of the business success factors in the trainees of the New Entrepreneurs Creation Project (NEC) organized by the Competitive Entrepreneur division, Ministry of Industry. 627 subjects were randomized from 2 groups : 1) the present trainees of the projects organizing in Bangkok and 1 month after training, they can start or extend their business (gr.NEC), 2) The trained trainees who can success, at least 3 years, in being an Entrepreneur (gr.SMEs). The instrument was the Factors of Business Success Test. The statistical analysis are used descriptive statistic, Pearson's coefficient of correlation and stepwise multiple regression analysis and t-test. All hypotheses were tested by significant level at 0.05. The findings are as followed ;

1. It's found that most of NEC gr. were single at the age of 20-30 years old. Mostly SMEs gr. were females and older than 40 years.

2. The research found that the base rate of strategic processing were similar both NEC gr. and SMEs gr. They used highly opportunistic strategy, critical point planning and complete planning while lowly reactive strategy.

3. The base rate of human capital were similar both NEC gr. and SMEs gr. They were holding bachelor degree and 1-5 years for experience in management. In the addition, SMEs gr. was expertise more than 10 years.

4. The base rate of entrepreneurial orientation were similar both NEC gr. and SMEs gr. They were highly innovativeness, autonomy and achievement orientation. They were moderately stability and learning orientation, risk taking and competitive aggressiveness.

5. The base rate of the perceived of business environment of both NEC gr. and SMEs gr., are in rather easy level and a lot of chances to run their business.

6. The base rate of the perceived of business achievement of both NEC gr. and SMEs gr., are moderate level.

7. The base rate of perceived the business trend for SMEs gr. was a few growing while NEC gr. have to perceived growing the business.

Key words : New Entrepreneurs Creation, NEC, factors of Business success, entrepreneurial orientation

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันอย่างดีในความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Medium and Small Enterprise = SMEs) ที่มีต่อการพัฒนาประเทศ ในฐานะที่เป็นตัวชี้วัดหนึ่งของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน ในประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นประเทศไทย SMEs จะสร้างงานได้รวดเร็วกว่า สามารถปรับตัวได้สูงกว่า กระทำการได้ไวกว่า และสร้างสรรค์กว่าบริษัทขนาดใหญ่ (Birch, 1987, pp.23-25) การเสริมสร้างความเข้มแข็งและความก้าวหน้าแก่ SMEs จะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้และความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาค ชุมชนชนทั้งใหญ่และเล็ก ลดจำนวนคนว่างงาน และช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นด้วย นอกจากนี้ SMEs จะเป็นแหล่งผลิตแหล่งบริการ ที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนส่วนใหญ่ SMEs ที่ประสบความสำเร็จก็สามารถขยายไปเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไปได้ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวดีขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมประเภทขนาดเล็กที่เป็นธุรกิจที่ได้รับนิยามอย่างมาก จากการสำรวจของศูนย์ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ (Center of Entrepreneurial Development) พบว่า 80% ของธุรกิจที่มีอยู่ในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีรายได้ไม่เกิน 10 ล้านบาทต่อปี และ 75% ของผู้ที่มีงานทำจะเป็นลูกจ้างในองค์กรที่มีคนงานไม่เกิน 10 คน (อินทวิศา ศรีประสิทธิ์, 2531, น.92) ซึ่งการที่มีการประกอบกิจการขนาดเล็กกันมากก็เพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก และประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไทยเดิมมีอาชีพเกษตรกรรม ชอบความเป็นอิสระและต้องการควบคุมธุรกิจของตนเอง ซึ่ง SMEs นี้ถือเป็นธุรกิจรากแก้วของประเทศที่รัฐบาลต้องให้ความสำคัญ จนตั้งเป็นนโยบายแห่งชาติในการที่จะช่วยเหลือ เช่น การหาตลาด การลดภาษี หรือสร้างแรงจูงใจในการลงทุน และส่งเสริมทั้งทางการวิจัยและพัฒนา มีการจัดสร้างหน่วยงานและโครงการต่างๆเพื่อการดำเนินการในการตอบสนองนโยบายดังกล่าว เช่น สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ เป็นต้น

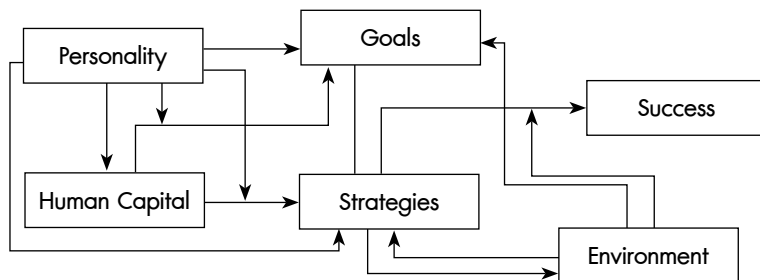
ส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เป็นหน่วยงานหนึ่งของสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อมีหน้าที่หลักในการดำเนินงานโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New

Entrepreneurs Creation : NEC) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน ด้วยการคัดเลือกผู้มีแนวคิดที่มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการมาทำการพัฒนาฝึกอบรม ให้คำปรึกษาแนะนำอย่างต่อเนื่อง มีการเพิ่มทักษะการประกอบการเฉพาะด้าน มีการจัดกิจกรรมสนับสนุนด้านการเงิน การตลาด และเสริมสร้างความเชื่อมั่นหรือลดความเสี่ยงช่วงก่อตั้งธุรกิจ เป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้และขีดความสามารถแก่ผู้ที่จะก้าวมาเป็นผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้จบอบรมโครงการ NEC แล้วจำนวน 71,046 ราย เกิดผู้ประกอบการใหม่และขยายธุรกิจกว่า 14,548 ราย เกิดการจ้างงานมากกว่า 53,978 คน มูลค่าการลงทุนรวมมากกว่า 23,289 ล้านบาท (ข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ณ วันที่ 30 กันยายน 2555) ซึ่งจากสถิติดังกล่าว จึงเห็นได้ถึงความสำคัญของโครงการ NEC นี้ที่มีส่วนช่วยผลักดัน SMEs ที่ผ่านโครงการนี้ให้มีการดำเนินธุรกิจแบบมีทิศทางในช่วงเริ่มต้น และสามารถที่จะช่วยเหลือส่งเสริม สนับสนุนให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่องมั่นคง แต่ก็จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยทั้งทางธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่จะทำให้ผู้ประกอบการรายนั้นๆ สามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจต่อไปในระยะยาว ซึ่งความพร้อมและคุณลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะหากคัดเลือกผู้ที่ยังไม่มีความพร้อมก็จะทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จและไม่สามารถวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือสามารถตรวจสอบได้อย่างชัดเจนในการที่จะสร้างโครงการหรือแนวทางที่จะช่วยติดตาม พัฒนาให้ผู้ประกอบการที่ผ่านโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เหล่านั้นประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจต่อไปในระยะยาวและยั่งยืน

โดยปกติโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) นี้จะใช้วิธีคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการโดยการสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมซึ่งดุลพินิจของผู้เลือกย่อมแตกต่างกันไป จึงทำให้วัตถุประสงค์ที่ต้องการจะช่วยสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีประสิทธิภาพยังไม่บรรลุเป้าหมายโดยเมื่อเทียบจากจำนวน 71,046 รายของผู้เข้าอบรมโครงการฯ ทั่ว

ประเทศทั้งหมดแล้วเกิดผู้ประกอบการใหม่และขยายธุรกิจได้ 14,548 ราย คิดเป็นเพียงร้อยละ 20.48 เท่านั้น ทั้งนี้จึงทำให้เกิดความต้องการในการที่จะหาเครื่องมือหรือกระบวนการอื่นที่จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้เลือกใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยพิจารณาหาผู้เข้าร่วมโครงการที่มีศักยภาพ โดยศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นการใช้วิธีการประเมินด้วยแบบทดสอบหรือแบบสอบถามจะเป็นเครื่องมือที่ยอมรับว่าเป็นวิธีที่ดีวิธีหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายในต่างประเทศในการนำมาใช้วิเคราะห์บุคคลก่อนเข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมโครงการช่วยเหลือ สนับสนุนต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งต้องมีค่าเกณฑ์พื้นฐาน (Base Line) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์เริ่มต้นในการประเมินคัดเลือกบุคคลที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการอบรมพัฒนาทั้งหลายได้ และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาให้ผู้ประกอบการนั้นๆ ได้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจต่อไปในระยะยาวหรือยั่งยืนได้ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อสร้างแบบทดสอบวัดปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อความสำเร็จของการประกอบกิจการพร้อมทั้งค่าเกณฑ์พื้นฐานของแบบทดสอบนี้เพื่อที่จะได้ใช้ในการคัดสรรผู้มีศักยภาพในการประกอบการเข้าร่วมโครงการและใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกผู้ประกอบการที่มีกิจการมาเกินกว่า 3 ปี และเคยเข้าโครงการ NEC มาแล้วเข้าร่วมโครงการช่วยเหลือต่อเรื่องที่เหมาะสมในขั้นต่อไปเพื่อที่จะได้สามารถสร้างธุรกิจได้มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ในการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาความสำเร็จของการประกอบการในประเทศไทยนั้นเริ่มต้นในปีพ.ศ. 2544 เป็นต้นมาโดย ดร.อุบลวรรณ ภวานันท์ กับกลุ่มนักศึกษาปริญญาโทจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ทำวิจัยในลักษณะวิทยานิพนธ์กับผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ และต่อมา ดร.อุบลวรรณ ภวานันท์ (2553, 2554, 2555) ได้ทำโครงการวิจัยต่อเนื่อง 3 ปี ในเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก ผลการวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีการสรุปสร้างแบบจำลองของผลการศึกษาซึ่งสามารถนำไปใช้ในงานต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การสร้างแบบทดสอบวัด การวิจัย การสร้างหลักสูตร เป็นต้น ซึ่งการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้แนวคิดในการศึกษาจากแบบจำลองความสำเร็จในการประกอบการกิเซน-อัมสเตอร์ดัม (Geissen-Amsterdam Model of Entrepreneurial Success : Van Gelderen and Frese, 1998, pp.16) ซึ่งเสนอว่า ปัจจัยจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการเหล่านี้จะค่อยๆ พัฒนสัมพันธ์ไปกับความสำเร็จในการประกอบการ แบบจำลองกิเซน-อัมสเตอร์ดัมนี้มีการนำไปใช้วิจัยกันในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาของทวีปแอฟริกาคือ ซิมบับเว แอฟริกาใต้ นามิเบีย และในประเทศยุโรป คือ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ ไอร์แลนด์ รวมทั้งในทวีปเอเชียคือ จีน เวียดนาม และประเทศไทย ซึ่งก็พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานของแบบจำลองนี้



ตามแนวคิดของแบบจำลองนี้การกระทำใดๆ ที่เกิดขึ้นนั้นจะขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่วางไว้ซึ่งสามารถแยกแยะระหว่างเป้าหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจกับเป้าหมายที่เกี่ยวกับการทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ (Stoner & Fry, 1982, pp.23-29) แนวคิดของแบบจำลองนี้ "กลยุทธ์ทางจิตวิทยา" (Psychological Strategy) ในการกระทำต่างๆ จะเป็นคอคอดสำหรับความสำเร็จในการประกอบการที่สามารถจะทำให้เกิดขึ้นทั้งได้และไม่ได้ กลยุทธ์เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กร การวางแผนกำหนดเป้าหมาย การประเมินทางเลือกสำหรับใช้ปฏิบัติ และการพัฒนาแผนการที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย จากผลการวิจัยปัจจัยในประเทศซิมบับเว ยูกันดา และแอฟริกาใต้ (เช่น Frese et al, 1997, 1999, 2000) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยในทวีปยุโรป ได้แก่ เยอรมัน ไอร์แลนด์ และในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ สรุปมี 4 ตัวแปรคือ

1. รูปแบบของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน (Strategic Process) กระบวนการของกลยุทธ์ในการดำเนินงานจะเกี่ยวพันกับการกำหนดวิธีการดำเนินธุรกิจ การวางรูปแบบ การปลูกฝัง การดำเนินงาน และการตัดสินใจ ทฤษฎีการรู้คิดและปัญญาและการกระทำ (Cognitive and Action Theory: Van Gelderen & Frese, 1998, pp.234-248) คุณลักษณะเหล่านี้สามารถที่จะทำให้เกิดแตกต่างกันตามการผันแปรตามเป้าหมาย การวางแผนระยะยาว พื้นฐานความรู้ ความกระตือรือร้น และการตอบสนองต่อสถานการณ์ (Frese, Van Gelderen, & Ombach, 2000) ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 แบบ ได้แก่ การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การแสวงหาโอกาส และการตั้งรับ

2. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นการพิจารณากระบวนการที่อยู่เบื้องหลังว่าทำไมผู้ประกอบการจึงมีรูปแบบการกระทำที่แน่นอนซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับค่านิยม ความเชื่อ และการปรับให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมหรือลักษณะธุรกิจที่ตนดำเนินการอยู่ ปัจจัยที่ทำให้บุคคลที่มีอาชีพประกอบการผันแปรไปจากกันนั้นก็คือประเภทของธุรกิจ ที่เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการดำเนินงาน ธุรกิจแต่ละประเภทมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบ

ในการเริ่มต้นการดำเนินงานและการบริหารงานที่แตกต่างกัน ธุรกิจบางประเภทมีกระบวนการที่สลับซับซ้อน ต้องการแรงงานสูง (เช่น ธุรกิจการผลิต) ธุรกิจบางประเภทเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสื่อสาร (เช่น ธุรกิจบริการ) ในธุรกิจบางประเภท ผู้ประกอบการต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านและไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูง ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจแต่ละประเภทต้องมีกลยุทธ์ในการดำเนินการที่ต่างกันไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นคุณสมบัติเฉพาะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจนั้นๆ ทำให้ผู้ที่ก้าวเข้าสู่ธุรกิจนั้นๆ จะถูกปรับบุคลิกลักษณะความคิด ความประพฤติหรือพฤติกรรม ให้เปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของธุรกิจเหล่านั้น ซึ่งเราเรียกคุณลักษณะบุคลิกที่แปรไปสู่สภาพอาชีพธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการนี้ว่า บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่จำแนกได้ 6 ด้านคือ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง 2) ความมีนวัตกรรม 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน 5) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และ 6) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ

3. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดีจำเป็นต้องมีทักษะพิเศษและมีคุณลักษณะบางอย่างที่ต่างจากบุคคลทั่วไป (Papanek, 1971, pp.317) เช่น มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจ แต่คุณสมบัติเหล่านี้มิได้มีติดตัวมาตั้งแต่เกิดแต่เป็นผลมาจากการหล่อหลอมของประสบการณ์ การศึกษา ทักษะ การเรียนรู้ และการฝึกฝน ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือ ทูมมนุษย์หรือภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการแต่ละคน ที่ช่วยให้เกิดความสามารถในการบริหารให้กิจการอยู่รอดและสามารถขยายกิจการเติบโตก้าวหน้าต่อไปได้ ทฤษฎีทุนมนุษย์ทางเศรษฐศาสตร์จะเน้นการศึกษาถึงความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ของเจ้าของธุรกิจ สมมติฐานทั่วไปคือ ทุนมนุษย์ของผู้ก่อตั้งจะเพิ่มโอกาสในการอยู่รอดของบริษัท โดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็ก (Bruederl et al., 1992, pp.123-126) โดยทุนมนุษย์จะทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล ประสบการณ์จะถูกแปรไปเป็นความรู้และความชำนาญ ในการศึกษาของเฟรเซอร์ (Frese, 2000, pp.25) ภูมิความรู้ความชำนาญจะเป็นการสะสมความรู้

และความชำนาญ ซึ่งผู้ประกอบการพยายามใช้ในการจัดการกับงานต่างๆ โดยเฟอเรเซอร์ได้พัฒนาตัวชี้วัดออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ระยะเวลาในการศึกษา 2) ประสบการณ์ในการบริหาร และ 3) ความชำนาญในวิชาชีพ

4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) ผู้ประกอบการแต่ละคนจะต้องเผชิญกับปัจจัยจากสภาวะแวดล้อมในแต่ละธุรกิจ (ดูใน Davis & Powell, 1992) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการหรือทำให้การดำเนินการมีความสมบูรณ์มากขึ้นหรือสามารถสร้างความผันแปรในการประกอบการที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันก็ตาม ดังนั้นในการที่จะสร้างหรือฝึกอบรมหรือหล่อหลอมผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นด้วยวิธีการเช่นใดเพื่อให้มีศักยภาพและความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ปัจจัยแวดล้อมจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ผู้เริ่มทำธุรกิจหรือผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ที่ประกอบการเดิม แต่ไม่สามารถดำเนินการได้ดังเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือแม้แต่ผู้ประกอบการเดิมที่ประสบความสำเร็จแล้วในระดับหนึ่งได้มีโอกาสตรวจสอบลักษณะ คุณสมบัติ รูปแบบของปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญที่จะช่วยทำให้การดำเนินกิจการประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตได้อย่างที่วางเป้าหมายไว้ ซึ่งจะเป็นการป้องกันหรือลดปัญหาความล้มเหลวของธุรกิจที่มีผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของชาติ ซึ่งเงื่อนไขต่างๆ ทางสภาวะแวดล้อมที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) ความแน่นอนและระดับความสามารถที่จะทำนายถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมในการประกอบการ (ดูใน Miller and Friesen, 1983) 2) ความซับซ้อนของสภาพแวดล้อม (ดูใน Mintzberg, 1983) 3) ความเป็นปรักษ์ของสภาพแวดล้อม (ดูใน Covin & Slevin, 1989) ซึ่งผลรวมของลักษณะทั้ง 3 จะกลายเป็นสภาพแวดล้อมที่ถูกระบุว่า “ยุ่งยาก” เมื่อมีความไม่แน่นอนสูง เป็นปรักษ์ และมีความซับซ้อน หรือ “ง่าย” เมื่อมีระดับของทั้ง 3 สิ่งนี้ในระดับต่ำ เงื่อนไขสภาพแวดล้อมเหล่านี้จะมีอิทธิพลกับกลยุทธ์ในการบริหารและบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน เช่น ในสภาพแวดล้อมที่ยุ่งยาก — เขตน้ำท่วม สึนามิ ภูเขาไฟ (ดูใน Dess, Lumpkin & Covin, 1997 ; Pavakanun, et al. 2008) ผู้ประกอบการจะมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงเพื่อที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบการ เพราะเขาจะต้อง

มีนวัตกรรมการแข่งขันและการกล้าเสี่ยงที่สูงมาก

นอกจากนั้นระดับความสำเร็จในการทำธุรกิจจะเป็นดัชนีชี้วัดถึงความอยู่รอด ก้าวหน้า และความเข้มแข็งของธุรกิจซึ่งสามารถอธิบายได้หลายวิธี วิธีหนึ่งที่น่าสนใจมากคือ การดูจากการเติบโตของธุรกิจหรือจากผลกำไรของธุรกิจ แต่ก็ยังมีบางธุรกิจใช้วิธีการกำหนดเป้าหมายและวัดความสำเร็จโดยการเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดนั้น การที่เกณฑ์พิจารณาความสำเร็จธุรกิจมีหลากหลายทำให้ผู้ประกอบการที่มองว่าตนเองประสบความสำเร็จอาจถูกมองว่าไม่ประสบความสำเร็จในสายตาของบุคคลอื่นก็เป็นได้ (Foley & Green, 1989, pp.1-2) ดังนั้นในการตัดสินความสำเร็จจึงจำเป็นต้องใช้เกณฑ์ทั่วไปของกลุ่มธุรกิจนั้นๆ และเกณฑ์ตามการรับรู้ส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในอาชีพนั้นมาร่วมกันเป็นตัวตัดสินจึงจะทำให้มีความชัดเจนถึงลักษณะของความสำเร็จอย่างแท้จริง สามารถวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการได้ใน 10 ด้าน ดังนี้ แนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า แนวโน้มของยอดขาย แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม การประเมินความสำเร็จในมุมมองของผู้อื่น ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ ความพึงพอใจในรายได้ แนวโน้มของจำนวนพนักงาน การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยผู้สัมภาษณ์

ด้วยแนวคิดที่กล่าวมาทั้งหมด เพื่อให้โครงการ NEC ได้มีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการคัดเลือกผู้มีศักยภาพในการประกอบการเข้าร่วมโครงการ NEC และสำหรับโครงการอื่นๆ ที่ต้องการพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้มีความเข้มแข็งแก่ SMEs ที่เคยผ่านโครงการ NEC ไปแล้ว ซึ่งจะทำให้การใช้งบประมาณแผ่นดินมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น รวมทั้งจะได้มีเกณฑ์หรือแนวทางที่จะใช้ในการพัฒนาปรับปรุงโครงการ NEC ที่จะได้ให้ความรู้หรือความช่วยเหลือต่างๆ แก่ผู้ประกอบการใหม่หรือ SMEs ที่อบรมผ่านโครงการนี้ให้สามารถสร้างธุรกิจที่สามารถรับสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงขึ้นได้อย่างราบรื่น ทำให้กิจการสามารถอยู่รอดและยั่งยืนในที่สุด ส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ฯ จึงกำหนดให้มีการวิจัยเพื่อสร้างแบบทดสอบและคู่มือในการใช้และวิเคราะห์ รวมทั้งค่าเกณฑ์พื้นฐานของปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจกับทั้งผู้ที่กำลังเข้าอบรมโครงการ NEC และผู้ที่ผ่าน

การอบรมโครงการ NEC ไปแล้ว (กลุ่ม SMEs) ในเขตอบรม กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นเขตศูนย์กลางของการฝึกอบรมและจัดกิจกรรม ซึ่งกลุ่มของผู้ที่กำลังอบรมโครงการ NEC นั้นจะถูกเลือกศึกษาเกณฑ์พื้นฐานเฉพาะผู้ที่หลังจาการอบรมจบโครงการ NEC ไปแล้ว 1 เดือน สามารถริเริ่มหรือขยายธุรกิจเดิมของตนได้ (กลุ่ม NEC)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเกณฑ์พื้นฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการในกลุ่ม NEC คือ ผู้ที่กำลังอบรมโครงการ NEC นั้นแล้ว 1 เดือน สามารถริเริ่มหรือขยายธุรกิจเดิมของตนได้ และกลุ่ม SMEs คือ ผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการ NEC ไปแล้ว ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างกิจการหรือขยายกิจการได้ มาเกินกว่า 3 ปี ด้วยแบบทดสอบวัดปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการที่สร้างขึ้นตามการประยุกต์ใช้แนวคิดของแบบจำลองความสำเร็จในการประกอบการกิเซน-อัมสเตอร์ดัม และผลวิจัยในประเทศไทยที่นำแนวคิดนี้มาศึกษา พร้อมทั้งคู่มือในการใช้แบบทดสอบวัดปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการนี้

ตัวแปรในการศึกษา

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ

1. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategy Process) หมายถึง แนวทางหรือวิธีการในการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ มี 4 แบบ ได้แก่

1.1 การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ (Complete Planning) หมายถึง การวางแผนการล่วงหน้าโดยครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ คาดการณ์ปัญหา โอกาส ข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น และปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเพื่อเตรียมตัวกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ข้อดีของกลยุทธ์นี้คือสามารถเตรียมรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ แต่ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมาก และมักไม่เปลี่ยนแผนที่วางไว้แล้ว ทำให้ได้ตอบกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ไม่รวดเร็ว

1.2 การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ (Critical Point Planning) หมายถึง การวางแผนการทำงานเฉพาะกับงาน

สำคัญที่สุดก่อนแล้วจึงค่อยวางแผนขั้นต่อไปทีละขั้น ซึ่งหมายถึงการมีเป้าหมายชัดเจนในใจและมุ่งมั่นในเป้าหมายนั้นเพื่อต้องการบรรลุผลสำเร็จ ดังนั้นกลยุทธ์นี้จึงมุ่งมั่นเป้าหมายแต่ไม่ไขว่ในระยะเวลา และไม่ได้วางแผนถึงการจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากเท่ากับการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ แต่กลยุทธ์นี้ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายน้อย

1.3 การแสวงหาโอกาส (Opportunistic Strategy)

หมายถึง การมองสภาพแวดล้อมเพื่อค้นหาโอกาสทางธุรกิจ และดำเนินธุรกิจตามโอกาสนั้นอย่างกระตือรือร้น เมื่อผู้ประกอบการพบโอกาส ก็จะเบี่ยงเบนจากการวางแผนหรือเป้าหมายที่วางไว้ได้โดยง่าย ดังนั้น ถือเป็น การตอบสนองต่อสถานการณ์และมีความกระตือรือร้นอยู่ในระดับสูง แต่มีการวางแผนและการตั้งเป้าหมายในระดับต่ำ มุ่งเน้นถึงเหตุในอนาคตต่ำและมักละเลยจากแผนปฏิบัติการที่วางไว้ได้ง่าย ข้อดีของกลยุทธ์นี้คือ มักจะไม่พลาดโอกาสในการทำธุรกิจเมื่อมีช่องทางและไม่ต้องวางแผนล่วงหน้า แต่ข้อเสียคือ โอกาสที่เกิดขึ้นอาจไม่ตรงกับเป้าหมายธุรกิจที่วางไว้ และทำให้ไม่ได้พยายามเพียงพอในการที่จะนำธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

1.4 การตั้งรับ (Reactive Strategy) หมายถึง วิธีการ

ดำเนินงานตอบสนองต่อสถานการณ์ภายนอกที่เกิดขึ้น มีการวางแผนล่วงหน้าและความกระตือรือร้นน้อยมากหรือไม่มีเลย มุ่งเน้นเป้าหมายต่ำ ไม่มีการวางแผนระยะยาว และไม่มีฐานความรู้ที่ดีเพราะไม่ได้ตั้งสมมติฐานในการดำเนินธุรกิจไว้ ทำให้ไม่เข้าใจถึงผลกระทบของสาเหตุที่ธุรกิจดำเนินไปได้ดีหรือไม่ดี ไม่มองหาโอกาสใหม่ๆ มักจะพบการเปลี่ยนแปลงโดยบังเอิญหรือจากผู้อื่นซึ่งอาจเป็นคู่แข่ง

2. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หมายถึง รูปแบบพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในขณะที่ดำเนินธุรกิจ โดยจำแนกได้เป็น 6 ด้าน ได้แก่

2.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาสในการทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดเพราะมีแรงกระตุ้นอย่างมากในการที่จะรักษาธุรกิจของตนเอาไว้ให้ได้ แต่ก็อาจขัดขวางการเติบโตของธุรกิจจากปัญหาในการประสานงานกับคนอื่น ๆ

2.2 *ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)* หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ ตลาดใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ เทคโนโลยีใหม่ และการวิจัยใหม่ ต่อองค์การ และการนำไปใช้งานไม่สามารถทำเพียงคนเดียวได้ แต่ต้องใช้ในระดับองค์การ

2.3 *ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)* คือ คนที่คิดและลงมือทำธุรกิจ ในสภาพแวดล้อมที่เสี่ยงและมีโอกาสประสบความสำเร็จต่ำ ลักษณะความกล้าเสี่ยงสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ และการกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมากในการก่อตั้งธุรกิจ

2.4 *ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)* หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงท่าทีต่อต้านก้าวร้าวเพื่อเลื่อนตำแหน่ง หรือเอาชนะการคุกคามของการแข่งขันในตลาด ทำให้คู่แข่งยากที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน จะพยายามก้าวล้ำหน้า และทำทุกวิถีการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

2.5 *ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)* หมายถึง ลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ และนำข้อบกพร่องมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ในอนาคต มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อได้ข้อมูลพื้นฐานหรือข้อจำกัดในการตัดสินใจ ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือไม่สามารถเตรียมการใดๆได้ พร้อมทั้งลงมือทำสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อคงความเป็นผู้นำของคู่แข่ง และองค์การใหญ่ๆ

2.6 *ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)* หมายถึง ลักษณะการค้นหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ จากการเป็นผู้ที่ขบงานท้าทายหรืองานที่ยากมากกว่างานประจำที่ซ้ำซากจำเจ มีความรับผิดชอบในผลงานของตน จึงพยายามหาผลสะท้อนของสิ่งที่ตนเองทำและหาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม ในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น และประสบความสำเร็จ

3. *ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital)* คือ ความรู้ ทักษะ และความชำนาญทั้งหลายที่ผู้ประกอบการมี และสามารถนำมาใช้ได้ในการดำเนินธุรกิจ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

3.1 *จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Year)* คือ การสะสมความรู้พื้นฐานทางการศึกษา

3.2 *ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill)* คือ ความสามารถหรือประสบการณ์ในงานอาชีพ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมาหรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน

3.3 *ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)* คือความสามารถหรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการ พิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมาหรือระยะเวลาที่เคยทำมาก่อน

4. *การรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Perceived of Business Environment)* หมายถึง การรับรู้ของผู้ประกอบการถึงระดับของความแน่นอน ความซับซ้อน และความเป็นปรปักษ์ของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

4.1 *ความแน่นอนของสภาพแวดล้อม* หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมขององค์การที่อยู่ว่าสามารถที่จะทำนายได้ถึง การเปลี่ยนแปลง หรือความผันแปรตามฤดูกาล หรือธรรมชาติ หรือสภาพสังคม การเมือง ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เป็นต้น

4.2 *ความซับซ้อน* หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงคุณภาพของธรรมชาติในสิ่งแวดล้อม

4.3 *ความเป็นปรปักษ์ของสภาพแวดล้อม* หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงความกดดันของการแข่งขัน บรรยากาศทางธุรกิจที่เป็นลบ และการไม่เอื้อโอกาสในการทำหรือสร้างประโยชน์ทางธุรกิจได้

จากผลของตัวแปรทั้ง 3 นี้ทำให้เกิดระดับของการรับรู้ถึง “ความยุ่งยาก” (หมายถึง มีความลำบากหรือความยากในการดำเนินกิจการ) หรือ “ความง่าย” (หมายถึง การดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น)

5. *ความสำเร็จในการประกอบการ* ใช้วัดระดับจากข้อมูลต่อไปนี้ 1) แนวโน้มของกำไร 2) แนวโน้มของจำนวนลูกค้า 3) แนวโน้มของยอดขาย 4) แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม 5) การประเมินความสำเร็จในมุมมองของผู้อื่น 6) ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 7) ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ 8) ความพึงพอใจในรายได้ 9) แนวโน้มของจำนวนพนักงาน 10) การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยสื่อแวดล้อม

ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรศึกษามี 2 กลุ่มคือ เป็นผู้ที่เข้าอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ในช่วงภาคฤดูร้อน พ.ศ. 2556 หรือเป็นผู้ที่เคยผ่านการอบรมในโครงการ NEC และสามารถสร้างกิจการดำเนินการมาเกินกว่า 5 ปี โดยทั้ง 2 กลุ่มต้องอบรมอยู่ในเขตอบรมกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น เพราะเมื่อเทียบกับเขตอบรมอื่นๆ ทั่วประเทศ เขตอบรมกรุงเทพฯ จะเป็นเขตที่เป็นศูนย์กลางและมีจำนวนกิจกรรมการอบรมและการสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่ทั้งผู้ที่สนใจริเริ่มเป็นผู้ประกอบการและที่เป็น SMEs แล้วมากที่สุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่เข้าอบรมโครงการ NEC ในช่วงภาคฤดูร้อน พ.ศ. 2556 คือ เป็นโครงการที่เริ่มต้นตั้งแต่เดือนเมษายนและสิ้นสุดไม่เกินเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนทั้งสิ้น 665 คน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักสถิติของยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้จำนวน 250 คน ซึ่งทำการสุ่มแบบชั้นและสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วนของประชากรอีกครั้งได้ตัวอย่างทั้งหมด 274 ราย แต่หลังอบรมไปแล้ว 1 เดือน ก็ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ได้กลุ่มตัวอย่างที่ริเริ่มกิจการหรือขยายกิจการไปแล้ว 159 คน คิดเป็นร้อยละ 58.03

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการ NEC แล้วประสบความสำเร็จสามารถสร้างกิจการหรือขยายกิจการได้มากเกินกว่า 5 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็น 4 ภาคธุรกิจ คือ 1) ภาคการค้าปลีก จำนวน 217 คน 2) ภาคการค้าส่ง จำนวน 354 คน 3) ภาคการค้าบริการ จำนวน 583 คน 4) ภาคการค้าผลิต จำนวน 842 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,996 คน (ข้อมูลจากส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ตั้งแต่ปี 2550-2556) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักสถิติของยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้จำนวน 320 คน แต่ข้อเท็จจริงที่พบ พบว่า ข้อมูลกลุ่ม SMEs ที่จากการสำรวจของส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่มีจำนวน SMEs จริงเพียง 1,389 คน โดยจำแนกตามภาคธุรกิจและที่ไม่

สามารถจำแนก ได้ดังนี้ ภาคการค้าปลีก 80 คน, ภาคการค้าส่ง 57 คน, ภาคการค้าบริการ 219 คน, ภาคการค้าผลิต 237 คน และเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถแบ่งภาคธุรกิจ จำนวน 796 คน ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ได้ทั้งหมดจึงมีเพียง 593 คน แต่เพื่อให้จำนวนตัวอย่างครบตามที่ได้คำนวณไว้จากฐานข้อมูลเดิม จึงใช้วิธีเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในลักษณะ Out of Record Subject คือใช้ตัวอย่างในลักษณะเพื่อนบอกต่อเพื่อน คือ ให้ผู้ที่ผู้วิจัยมีข้อมูลและไปเก็บข้อมูลเป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้แนะนำว่าในรุ่นอบรมของเขามีใครอีกบ้างที่เป็น SMEs และทำการติดต่อขอเก็บข้อมูลตามรายชื่อที่มีการแนะนำต่อกันมา จนครบได้ตัวอย่างในการวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 353 คน

เครื่องมือในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

แบบทดสอบแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจที่เป็นข้อมูลทางภูมิความรู้ความชำนาญ การรับรู้ถึงแนวโน้มทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบวัดบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และการรับรู้ในความสำเร็จในการประกอบการ (เฉพาะกลุ่ม SMEs) การรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การสร้างคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรง แบบทดสอบพัฒนามาจากแบบสอบวัดในงานวิจัยของศาสตราจารย์ ดร.ไมเคิล เพอร์เซอร์ ที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของแบบจำลองความสำเร็จในการประกอบการก็เซน-อัมสเตอร์ดัม (Geissen-Amsterdam Model of Entrepreneurial Success) ทำการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการแปลต้นฉบับภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทย (Translation) และทำการแปลกลับเป็นภาษาอังกฤษ (Back Translation) อีกครั้ง โดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษา และตรวจสอบความตรงของเนื้อหากับต้นฉบับ หลังจากนั้น Try-out แบบสอบวัดกับตัวอย่างศึกษาผู้ประกอบการอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างศึกษาจริงของงานวิจัย เพื่อหาความเป็นปรนัยของข้อคำถามในแบบสอบวัด หลังจากนั้นปรับปรุงเป็นแบบสอบวัดไปหาความเชื่อมั่นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น แบบทดสอบถูกนำไปทดสอบกับตัวอย่างศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงของงานวิจัย จนได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดทั้งฉบับเท่ากับ 0.771 และเมื่อแยกเป็นแต่ละตัวแปรพบว่า จะมีค่าความเชื่อมั่นของกลยุทธ์ในการดำเนินงานทั้งหมดเท่ากับ 0.513 ค่าความเชื่อมั่นของความสำเร็จในการประกอบการเท่ากับ 0.646 ค่าความเชื่อมั่นของการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเท่ากับ 0.762 และค่าความเชื่อมั่นของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการดังตารางข้างล่างนี้

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการโดยรวม	0.779
- ด้านความเป็นตัวของตัวเอง	0.656
- ด้านความมีนวัตกรรม	0.847
- ด้านความกล้าเสี่ยง	0.739
- ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน	0.679
- ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	0.810
- ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ	0.794

ค่าความเชื่อมั่นที่ได้นี้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งยืนยันเพิ่มเติมจากการปรึกษากับ ดร.ไมเคิล เพอร์เซอร์ ผู้สร้างแบบจำลองก็เช่นๆ ว่าค่าความเชื่อมั่นนี้ไม่ต่างจากที่มีการทำวิจัยในหลายประเทศทั่วโลก

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. กลุ่ม NEC เก็บข้อมูลเป็น 2 ระยะคือ

ระยะที่ 1 เป็นการเก็บข้อมูลทั้งหมดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการในช่วงที่กลุ่ม NEC นี้มาอบรมในที่ฝึกอบรมที่ได้รับการสุ่มเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยทีมผู้วิจัยทำการติดต่อผ่านผู้ดูแลการฝึกอบรมในแต่ละสถานที่แล้วในวันเวลาขอเข้าทำการเก็บข้อมูลในระหว่างการฝึกอบรมของแต่ละสถานที่นั้น ซึ่งได้ข้อมูลมาทั้งสิ้นจำนวน 274 คน

ระยะที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลหลังจากการอบรมจบไปแล้วประมาณ 1 เดือน เพื่อศึกษาว่ามีการเริ่มต้นกระทำกิจกรรมใดๆ ที่เป็นการเริ่มการประกอบการหรือขยายกิจการไปหรือไม่ ทีมผู้วิจัยจะโทรศัพท์ติดต่อสัมภาษณ์กลุ่ม NEC ในระยะที่ 1 เป็นรายบุคคล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลระยะนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างผลพบว่า มีผู้เริ่มกิจกรรมการประกอบการหรือขยายกิจการไปแล้วทั้งสิ้น 159 คน คิดเป็น 58.03% ของตัวอย่างระยะที่ 1 ทั้งหมด ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเกณฑ์พื้นฐานต่อไป

ได้มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลของของกลุ่มศึกษา NEC ของทั้ง 2 กลุ่มคือ ที่ริเริ่มหรือขยายกิจการกับไม่ได้เริ่มหรือขยายกิจการ พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ในการดำเนินการและภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นปัจจัยทางบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการนั้นคือ กลุ่มที่เริ่ม/ขยายธุรกิจแล้วมีบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรมและด้านความใส่ใจในความสำเร็จสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีการเริ่ม/ขยายธุรกิจ ส่วนอีก 3 ด้านคือความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ แสดงผลผกผันกันคือ กลุ่มที่เริ่ม/ขยายธุรกิจมีผลน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เริ่ม/ขยายธุรกิจ อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ แต่ปัจจัยการรับรู้แนวโน้มของธุรกิจได้แสดงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกลุ่มที่ยังไม่เริ่ม/ขยายธุรกิจรับรู้ว่ามี

แนวโน้มดีขึ้นน้อยกว่า ($\bar{X}=2.05$) กลุ่มที่เริ่ม/ขยายธุรกิจแล้ว ($\bar{X}=2.23$) ซึ่งอาจเป็นผลทำให้กลุ่มหลังนี้กล้าที่จะเริ่มหรือขยายกิจการ ส่วนปัจจัยอื่นๆ นั้นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มที่ยังไม่เริ่ม/ขยายธุรกิจจะไม่มีประโยชน์เพราะจะเป็นการเดาเท่านั้น จึงไม่ได้ใช้ในงานวิจัยนี้

ผลที่ได้จากการเปรียบเทียบนี้สามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์หนึ่งของเกณฑ์พื้นฐานในการที่จะคัดเลือกผู้ที่มีศักยภาพหรือลักษณะที่เอื้อต่อการไปเป็นผู้ประกอบการในอนาคตได้ มาเข้าอบรมโครงการ NEC หรือโครงการสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการต่างๆ ได้

2. กลุ่ม SMEs ได้ข้อมูลทั้งหมด 334 คน

- ดำเนินการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 ในวันที่ 5 มิถุนายน 2556 โดยการเชิญมาประชุมสัมมนาความรู้ในเรื่องระบบภาษี (Forum) โดยส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ฯ ที่โรงแรมเดอะทวิน ทาวเวอร์ ได้ข้อมูลที่สามารถใช้ในงานวิจัยได้จำนวนทั้งสิ้น 66 ชุด

- ดำเนินการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 ในวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยการเชิญเฉพาะประชากรศึกษาที่เหลือจากการเก็บครั้งที่ 1 เป็นรายประเภทของธุรกิจ มาประชุมสัมมนาความรู้ในเรื่องระบบภาษีและวิธีการจัดการตลาด จัดโดยทีมวิจัยที่โครงการปริญญาโทจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ข้อมูลที่สามารถใช้ในงานวิจัยได้จำนวนทั้งสิ้น 76 ชุด

- ดำเนินการเก็บข้อมูลครั้งที่ 3 ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 โดยการลงพื้นที่ไป ณ สถานที่ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของประชากรศึกษากลุ่ม SMEs ที่เหลือจากการเก็บครั้งที่ 1 และ 2 เป็นรายประเภทของธุรกิจ รวมทั้งเก็บกลุ่มศึกษาประเภทเพื่อนบอกต่อเพื่อนด้วยจนได้จำนวนครบตามที่กำหนด ซึ่งได้ข้อมูลที่สามารถใช้ในงานวิจัยได้จำนวนทั้งสิ้น 192 ชุด

ผลวิเคราะห์และการอภิปรายผล

1. ผลของกลุ่ม NEC พบว่า ส่วนใหญ่มีสัดส่วนจำนวนของเพศชาย (47.45%) และเพศหญิง (52.55%) ใกล้เคียงกัน เป็นโสด (71.17%) มีอายุในระหว่าง 20-30 ปี (42.34%)

ผลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน พบว่า กลุ่ม NEC ใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาส ($\bar{X}=3.46$) แบบการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ ($\bar{X}=3.17$) และแบบการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ($\bar{X}=3.16$) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และแบบการตั้งรับ ($\bar{X}=2.10$) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในระดับค่อนข้างต่ำ ผลแสดงให้เห็นว่า กลุ่ม NEC มีการใช้กลยุทธ์ในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าแบบเชิงรับ (Retroactive) แต่ผลก็ชี้ว่า มีการใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาสด้วยและค่อนข้างมาก ซึ่งกลยุทธ์นี้ยังไม่ใช่แบบเชิงรุกอย่างเต็มที่

ผลของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่ม NEC มีบุคลิกในด้านความมีนวัตกรรม ($\bar{X}=3.83$) ความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X}=3.67$) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ($\bar{X}=3.49$) ในระดับค่อนข้างสูง และมีบุคลิกด้านความกล้าเสี่ยง ($\bar{X}=2.36$) ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ($\bar{X}=2.27$) และด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ($\bar{X}=2.91$) อยู่ในระดับปานกลาง ไม่มีด้านใดอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ต่ำ หรือสูงเลย

ผลของภูมิความรู้ความชำนาญ พบว่า กลุ่ม NEC ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (65.49%) มีความชำนาญในวิชาชีพ (ประสบการณ์ในงานปัจจุบัน) อยู่ในระดับต่ำคืออยู่ในช่วง 1-5 ปี (39.78%) มีประสบการณ์งานบริหารอยู่ในระดับต่ำคือ อยู่ในช่วง 1-5 ปี (44.89%)

ผลของการรับรู้ระดับความสำเร็จในการประกอบการ พบว่า กลุ่ม NEC ที่มีกิจการอยู่แล้วก่อนมาเข้าร่วมโครงการ NEC ส่วนใหญ่รับรู้การประสบความสำเร็จของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (36.11%)

ผลของการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า กลุ่ม NEC ส่วนมากมีการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง (56.23%) โดยรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความแน่นอนในระดับปานกลาง (38.02%) มีความซับซ้อนในระดับปานกลาง (50.61%) มีความเป็นปรปักษ์ ในระดับปานกลาง (49.74%) ผลสรุปได้ว่า กลุ่ม NEC รับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่ในสภาพยุ่งยากหรือง่ายในระดับปานกลาง ยังมีความแน่นอนที่สามารถทำนายถึงการเปลี่ยนแปลงหรือความผันแปรได้พอสมควร และสภาพธุรกิจยังไม่ซับซ้อน การแข่งขันของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง บรรยากาศยังเอื้อในการทำธุรกิจได้

ผลของการรับรู้แนวโน้มของธุรกิจ พบว่า กลุ่ม NEC มีการรับรู้ที่ธุรกิจมีแนวโน้มดีขึ้น ($\bar{X}=2.23$) ผลนี้จะชี้ให้เห็นถึงแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความมุ่งมั่นในการที่จะริเริ่มหรือขยายกิจการของตนและมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ประสบความสำเร็จด้วย

2. ผลของกลุ่ม SMEs พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง (52.12%) มีสถานภาพโสด (47.03%) และสมรส (47.88%) ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุมากกว่า 40 ปี (54.39%)

ผลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน พบว่า กลุ่ม SMEs ใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาส ($\bar{X} = 3.46$) แบบการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ ($\bar{X}=3.32$) แบบการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ ($\bar{X}= 3.28$) ในระดับค่อนข้างสูง และแบบการตั้งรับ ($\bar{X}=2.30$) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในระดับค่อนข้างต่ำ ผลนี้เป็นไปตามสมมติฐานของแบบจำลองกิเซนซ์ที่เสนอว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบการ ควรใช้กลยุทธ์ในลักษณะเชิงรุก (Proactive) ให้มากกว่าแบบเชิงรับ (Retroactive) แต่อย่างไรก็ตามผลก็ชี้ว่ามีการใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาสค่อนข้างมาก ซึ่งกลยุทธ์นี้ยังไม่ใช่แบบเชิงรุกอย่างเต็มที่

ผลของบุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่ม SMEs มีบุคลิกด้านความมีนวัตกรรม ($\bar{X}=3.78$) ความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X}=3.71$) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ($\bar{X}=3.47$) ในระดับค่อนข้างสูง และมีบุคลิกด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ($\bar{X}=2.90$) ความกล้าเสี่ยง ($\bar{X}=2.57$) และความก้าวร้าวในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.31$) โดยไม่มีบุคลิกในด้านใดอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำหรือต่ำเลย

ผลภูมิความรู้ความชำนาญ พบว่า กลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (83.29%) โดยเฉพาะปริญญาตรี (51.24%) มีความชำนาญในวิชาชีพ (ประสบการณ์ในงานที่ทำ) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำคือช่วง 1-5 ปี (36.26%) และในระดับค่อนข้างสูงคือมากกว่า 10 ปี (36.83%) ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยมีประสบการณ์งานบริหารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำคือ ช่วง 1-5 ปี (41.08%)

ผลการรับรู้ในระดับความสำเร็จของการประกอบการ พบว่า กลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่ (53.0%) รับรู้ที่ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง ผลชี้ให้เห็นว่า กลุ่ม SMEs นี้ยังมีความรู้สึกหรือแรงจูงใจในความต้องการพัฒนาความสำเร็จในการประกอบการให้มากยิ่งขึ้นไป

ผลการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า กลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่รับรู้ที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของตนเองมีความแน่นอนในระดับปานกลาง (37.64%) มีความซับซ้อนในระดับปานกลาง (53.26%) มีความเป็นปรีกษณ์ในระดับปานกลาง (51.84%) ผลสรุปได้ว่า กลุ่ม SMEs รับรู้ที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่ในสภาพยุ่งยากหรือง่ายในระดับปานกลาง ยังมีความแน่นอนที่สามารถทำนายถึงการเปลี่ยนแปลงหรือความผันแปรจากปัจจัยต่างๆ เช่น ฤดูกาล การเมือง และความเสี่ยงอื่นๆ ได้ตามควร และสภาพธุรกิจยังไม่ซับซ้อนนัก มีความกดดันของการแข่งขันในระดับปานกลาง บรรยากาศทางธุรกิจยังเอื้อในการทำหรือสร้างประโยชน์ทางธุรกิจได้อยู่

ผลของการรับรู้แนวโน้มของธุรกิจ พบว่า กลุ่ม SMEs รับรู้ที่ธุรกิจมีแนวโน้มดีขึ้นเล็กน้อย ($\bar{X}=2.09$) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความคิดบวกที่จะช่วยเป็นแรงผลักดันภายในให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความมุ่งมั่นในการที่จะพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของตนให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น

ผลการเปรียบเทียบผลของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs

1. ผลทดสอบความแตกต่างกลยุทธ์ในการดำเนินงานระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs ดังนี้

กลยุทธ์ทางธุรกิจ	กลุ่ม	N	Mean	S.D.	t	sig.
การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ (Complete planning)	NEC	159	3.16	0.87	-1.359	0.175
	SMEs	346	3.44	2.51		
การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ (Critical point planning)	NEC	159	3.17	0.96	-1.136	0.256
	SMEs	346	3.28	0.95		
การแสวงหาโอกาส (Opportunistic)	NEC	159	3.46	1.04	-0.009	0.992
	SMEs	346	3.46	1.03		
การตั้งรับ (Reactive)	NEC	159	2.10	1.04	-1.914	0.056
	SMEs	346	2.30	1.12		

ผลการทดสอบความแตกต่างกลยุทธ์ในการดำเนินงานระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานไม่แตกต่างกันในทุกรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การเปรียบเทียบภูมิความรู้ความชำนาญ ระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs พบว่า ทั้ง 2 กลุ่ม มีผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกด้านคือ ทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์งานบริหารอยู่ในระดับต่ำคือ อยู่ในช่วง 1-5 ปี มีความชำนาญในวิชาชีพอยู่ในระดับต่ำคือ อยู่ในช่วง 1-5 ปี แต่กลุ่ม SMEs ในความชำนาญในวิชาชีพมี 2 กลุ่มที่มีผลในสัดส่วนเท่ากันคือ ในระดับค่อนข้างต่ำ (เช่นเดียวกับกลุ่ม NEC) และในระดับค่อนข้างสูงคือมากกว่า 10 ปี

3. ผลทดสอบความแตกต่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs มีดังนี้

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	กลุ่ม	N	Mean	S.D.	t	p
ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy)	NEC	159	18.36	3.47	-0.48	0.632
	SMEs	353	18.53	3.77		
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	NEC	159	19.15	3.08	0.72	0.472
	SMEs	353	18.90	3.97		
ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)	NEC	159	11.82	3.93	-2.61	0.009*
	SMEs	353	12.87	4.30		
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)	NEC	159	11.26	4.14	-0.71	0.479
	SMEs	353	11.55	4.33		
ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)	NEC	159	14.53	3.74	0.134	0.894
	SMEs	353	14.48	3.94		
ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)	NEC	159	17.23	3.29	-0.35	0.727
	SMEs	353	17.35	3.54		

ผลพบว่า มีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านการกล้าเสี่ยงเท่านั้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกลุ่ม NEC ($\bar{X}=3.93$) มีบุคลิกด้านการกล้าเสี่ยงน้อยกว่ากลุ่ม SMEs ($\bar{X}=4.30$) ส่วนบุคลิกด้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4. การเปรียบเทียบการรับรู้ระดับความสำเร็จของการประกอบการระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มรับรู้การประสบความสำเร็จของธุรกิจในระดับเดียวกันคือ อยู่ในระดับปานกลาง

5. การเปรียบเทียบการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีการรับรู้ในลักษณะเดียวกันคือ รับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความแน่นอน มีความซับซ้อน และมีความเป็นปรีกษณ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยสรุปรับรู้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่ในสภาพยุ่งยากหรือง่ายในระดับปานกลาง

6. ผลการทดสอบความแตกต่างการรับรู้แนวโน้มทางธุรกิจ ระหว่างกลุ่ม NEC กับกลุ่ม SMEs ดังนี้

กลุ่มศึกษา	N	Mean	S.D.	t	sig
NEC	95	2.23	0.39	-2.834	0.005*
SMEs	296	2.09	0.43		

ผลการทดสอบพบว่า ทั้งสองกลุ่มมีการรับรู้แนวโน้มทางธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกลุ่ม NEC ($\bar{X}=2.23$) มีการรับรู้แนวโน้มธุรกิจเป็นไปในทางดีกว่ากลุ่ม SMEs ($\bar{X}=2.09$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่ม NEC เป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจยังมองภาพในทางบวกมากกว่ากลุ่ม SMEs แต่อย่างไรก็ตามทั้ง 2 กลุ่มก็รับรู้ว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้นถึงจะเล็กน้อยก็ตาม ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความคิดบวกที่จะช่วยจูงใจให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความมุ่งมั่นในการที่จะพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของตนเองให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น

ข้อสรุปเกณฑ์พื้นฐานและเสนอแนะจากงานวิจัย

1. เกณฑ์พื้นฐานของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เกณฑ์นี้ใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม เพราะผลของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในลักษณะเดียวกัน นั่นคือ ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องได้ผลในการใช้กลยุทธ์แบบเชิงรุกทั้ง 3 แบบคือ แบบการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ แบบการวางแผนเฉพาะสิ่งที่สำคัญ และแบบการแสวงหาโอกาสในระดับค่อนข้างสูง และแบบการตั้งรับในระดับที่ค่อนข้างต่ำ แต่อย่างไรก็ตามผลที่พบว่ามีผู้ใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาสค่อนข้างมากนั้นอาจเป็นผลทำให้การประสบความสำเร็จในการประกอบการนั้นไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ เพราะเมื่อผู้ประกอบการพบโอกาสก็จะเบี่ยงเบนจากแผนหรือเป้าหมายที่วางไว้ได้โดยง่าย ไม่พยายามที่จะนำธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นการดำเนินงานก็จะเป็นไปตามสถานการณ์เฉพาะหน้ามากกว่าแผนธุรกิจที่วางไว้ ผลที่พบนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของประเทศในทวีปเอเชียของไมเคิล เฟรเซอร์ (Frese, 1999, 2002) ที่พบว่า ประเทศในเอเชียมักใช้กลยุทธ์การแสวงหาโอกาสมากที่สุดในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งงานวิจัยที่ศึกษาในประเทศไทยก็ได้ผลสอดคล้องเช่นเดียวกัน (เช่น อุบลวรรณ ภาวานันท์, 2554, 2555, 2556 ; ณรงค์ ศรีจันทร์านนท์, 2544 เป็นต้น) ซึ่งการใช้กลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาสนี้ยังไม่ได้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานประเภทเชิงรุกอย่างเต็มที่ ซึ่งกลยุทธ์ประเภทนี้จะมีผลต่อระดับการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมากตามแนวคิดของแบบจำลองกิเซน-อัมสเตอร์ดัม ดังนั้นในการจัดการอบรมในโครงการใดๆ ควรให้ความสำคัญกับการอบรมในเรื่องของการวางแผนและเทคนิคการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการประกอบการให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการของประเทศไทยประสบความสำเร็จมากขึ้น

2. **เกณฑ์พื้นฐานภูมิความรู้ความชำนาญ** เกณฑ์นี้ใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม เพราะผลของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในลักษณะเดียวกัน นั่นคือ ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์บริหารอย่างน้อย 1-5 ปี มีความชำนาญในวิชาชีพอย่างน้อย 1-5 ปี แต่กลุ่ม SMEs สามารถมีผู้ที่มีความชำนาญในวิชาชีพมากกว่า 10 ปี ได้อีกด้วย

3. **เกณฑ์พื้นฐานบุคลิกของการเป็นผู้ประกอบการ** เกณฑ์นี้ใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม เพราะผลของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในลักษณะเดียวกัน นั่นคือ ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรที่จะมีลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการอย่างน้อยในระดับปานกลางในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม และความใฝ่ใจในความสำเร็จ ต้องมีค่อนข้างสูง ผลที่ได้ชี้ให้เห็นว่าหากต้องการให้ผู้ประกอบการเข้มแข็งและมีพลังในการมุ่งมั่นให้ประสบความสำเร็จควรเสริมสร้างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการให้เข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะในสามด้านดังกล่าว ยิ่งกว่านั้นผลการเปรียบเทียบบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่ม NEC และ SMEs ก็พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความกล้าเสี่ยง โดยกลุ่ม SMEs มีบุคลิกความกล้าเสี่ยงมากกว่ากลุ่ม NEC ดังนั้นหัวข้อหนึ่งที่ต้องมีการอบรมให้ผู้ประกอบการ NEC มีความเข้มแข็งคือในเรื่องของการจัดการและการวางแผนรับมือกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น อย่างไรก็ตามถึงผลของด้านๆ อื่นจะไม่สามารถแสดงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ก็พบว่ากลุ่ม SMEs มีค่าเฉลี่ยของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการสูงกว่ากลุ่ม NEC ในด้านที่เหลืออื่นๆ ทุกด้าน

4. **เกณฑ์พื้นฐานของการรับรู้ระดับของความสำเร็จในการประกอบการ** เกณฑ์นี้ใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม เพราะผลของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในลักษณะเดียวกัน นั่นคือ ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องได้ผลในการรับรู้การประสบความสำเร็จของการประกอบธุรกิจในระดับปานกลาง ผลนี้แสดงให้เห็นถึงแรงผลักดันภายในที่ผู้ประกอบการรู้สึกและยังต้องการปรับปรุงและพัฒนาในการดำเนินกิจการของตนให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

5. **เกณฑ์พื้นฐานการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ** เกณฑ์นี้ใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม เพราะผลของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในลักษณะเดียวกัน นั่นคือ ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีการรับรู้อย่างน้อยว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่ในสภาพยุ่งยากหรือง่ายในระดับปานกลาง นั่นคือ มีการรับรู้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความแน่นอน มีความซับซ้อน และมีความเป็นปรปรักษ์อยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้ลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการยังสามารถที่จะแข่งขันดำเนินกิจการได้

6. **เกณฑ์พื้นฐานการรับรู้แนวโน้มของธุรกิจ** ผลจากการสอบวัดด้วยแบบทดสอบปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการชี้ว่า ผู้ที่มีศักยภาพในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างกิจการให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ในกลุ่ม NEC ต้องมีการรับรู้อย่างน้อยว่าธุรกิจมีแนวโน้มดีขึ้น และในกลุ่ม SMEs ต้องมีการรับรู้อย่างน้อยว่าธุรกิจมีแนวโน้มดีขึ้นเล็กน้อย การรับรู้เช่นนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจหรือแรงผลักดันในการที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้

ในกรณีการนำแบบทดสอบฉบับนี้ไปใช้ในภาวะที่มีทรัพยากรจำกัดเพื่อการคัดกรอง (Screening) ผู้ที่จะเข้ามารับการอบรมในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะให้ได้ผู้ที่สามารถประสบความสำเร็จในการริเริ่ม/ขยายธุรกิจ หรือในการคัดเลือกกลุ่ม SMEs เข้าโครงการต่างๆ เพื่อการพัฒนาต่อยอด ก็สามารถใช้เกณฑ์พื้นฐานมาช่วยในการจัดลำดับความสำคัญ (Priority) ของผู้สมัครเหล่านั้นว่าผู้ใดใครควรได้เข้าอบรมหรือเข้าก่อน-หลัง เพื่อให้มีการจัดสรรการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาเฉพาะในเขตอบรมกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น การวิจัยเกณฑ์พื้นฐานของปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการในศูนย์อบรมของภาคต่างๆ หรือจังหวัด หรือเขตอบรมอื่นๆ ที่มีธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้งลักษณะของการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพราะเกณฑ์พื้นฐานจะมีการผันแปรไปตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งจะทำการคัดเลือกบุคคลเข้าโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่หรือ SMEs ในเขตนั้นๆ แตกต่างกันไปด้วย ทุกเขตอบรมควรจะมีเกณฑ์พื้นฐานที่เหมาะสมกับสภาพของตนเองซึ่งสามารถที่พัฒนาให้ทั้งแบบสอบวัดและเกณฑ์พื้นฐานให้มีมาตรฐานและใช้งานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นด้วย

รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2529). *คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม*. ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : 2529.
- ปาริชาติ บุญยะโรจน์. (2544). "รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรีชา ทิวาหุด และ สุพัชรา มั่นพลศรี. (2536). *การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม*. โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดุสิต รุมาคม. (2544). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด สำนักพิมพ์ ฟิสิกส์เซ็นเตอร์
- ภาสกร เข้มประเสริฐ (2545). "การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่". วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนู เลียวไพโรจน์. *นโยบายรัฐกับการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. เอกสารในการสัมมนาโครงการฝึกอบรมเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 24 มิถุนายน 2542.
- รณรงค์ ศรีจันทร์นนท์. (2544). "รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณ ฉายาวัดนะ. (2544). "รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวพร มั่นทุกานนท์. (2522). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุธาโฉม สุนทรเจริญนนท์. "แนวคิดก่อนเข้าสู่เจ้าของกิจการ SMEs." *วารสารเพิ่มผลผลิต* (กุมภาพันธ์-มีนาคม 2543) : 7-14).
- สุนทร อุจจ์ศรี. (2544). "ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด : กลยุทธ์ในการดำเนินงานและภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม Small Business Management*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ Diamond in Business World.
- แสง สงวนเรือง สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และนิത്യ สัมมาพันธ์ (2520). *รายงานการวิจัยเรื่องอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในประเทศไทย*. 2 เล่ม อัดสำเนา.
- อดิศักดิ์ ศรีสม. (2543). *กลยุทธ์การสร้างให้แก่ SMEs*. กรุงเทพมหานคร : นารี อินโฟ.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. "อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ." *จุฬาลงกรณ์วารสาร*. ปีที่ 12 ฉบับที่ 46 มกราคม-มีนาคม (2543 : 39-48).

- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2553). บทความวิจัยเรื่อง "ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมการท่องเที่ยวและที่พัก : ความรู้และโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อการปลูกสร้างและพัฒนา-รายงานระยะที่ 1 เรื่องกลยุทธ์ในการดำเนินการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และประเภทของการบริหารกิจการ" *วารสารวิจัยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2553* (หน้า 14 - 30).
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2554) บทความวิจัยเรื่อง "ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมการท่องเที่ยวและที่พัก : ความรู้-รายงานระยะที่ 2 เรื่อง บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และคุณลักษณะเฉพาะบุคคล. *วารสารวิจัยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2554* (หน้า 21-43).
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2555). บทความวิจัยเรื่อง "ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมการท่องเที่ยวและที่พัก : ความรู้-รายงานระยะที่ 3 เรื่อง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์ในการดำเนินการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ. *วารสาร HR Intelligence สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2555*.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression : Testing and interpreting interactions*. Newbury Parc, CA : Sage Publications.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy : The exercise of control*. New York : Freeman.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research : Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Cattell, R.B. (1950). *Personality : A Systematic, Theoretical and Factual Study*. New York : McGraw-Hill Book Company
- Covin, J. G., & Covin, T. J. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context and small firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35-50.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, Vol 10, 75-87.
- Cummings, T. & Worley, C.G. (1997). *Organization Development and Change*. 6th Ed. USA : South-Western college Publishing
- Davis, G.F., & Powell, W.W. (1992). Organization-environment relations. In M.D. Dunnette & L.M. Hough (Editors). *Handbook of industrial and organizational psychology*, Vol 3 (pp.315-276), 2nd ed. Palo Alto, Calif.: Consulting Psychologists Press.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance : Tests of contingency and configuration models. *Strategic Management Journal*, 18 (9), 677-695.
- Engelmann, R. (1992). Entrepreneurship and Africa. *African Development and Public Policy*. 67-85.
- Frese, M. (2000). *Success and Failure of Microbusiness owner in Africa*. The United States of America : Greenwood Publishing Group, Inc.
- Frese, M. and Kruijff, Mechilén D. (2000). *Psychological Success Factors of Entrepreneurship in Africa : A Selective Literature Review Success and Failure of Microbusiness owners in Africa*. The United States of America : Greenwood Publishing Group, Inc., 2000.

- Frese, M., Krauss, Stefanie I., and Friedrich C. (2000). *Microenterprises in Zimbabwe : The Function of sociodemographic Factors, Psychological strategies, Personal Initiatives and Goal setting*. In Success and Failure of Microbusiness owners in Africa, edited by Michael frese. Westport ; London
- Hackman, J.R. and Suttle, J.L. (1977). *Improving Life at work-Behavior science Approaches to Organization change*. USA : Goodyear Publishing Company INC.
- Huse, E.F. and comings, T.G. (1985). *Organization Development and change*. Third edition. MN : West publishing.
- Keyser, M., Kruijff, Michel D. And Frese, M. (2000). *The Psychological strategy process and socioeconomic variables as predictors of success for micro-and small scale business owners in Africa*. In Success and Failure of Microbusiness owners in Africa, edited by Michael frese. Westport ; London
- Kersee, E.W. and Booth-Kewley, S. (1993). "Quality of Work life surveys in organizations Methods and Benefits" Improving Organizational Surveys : New Directions, Methods, and Applications, USA : SAGE Publications.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135-173.
- Mead, D.C. (1995). *How the legal, regulatory, and tax framework affects the dynamics of enterprise growth*. In E.P. English & G. Hénauld (Eds.), Agents of change (pp.75-86). London : Intermediate Technology.
- Miller, D., & Friesen, P. (1983). Strategy-Making and Environment : The Third Link. *Strategic Management Journal*, 4, 221-235.
- Mintzberg, H. (1983). *Structures in Fives : Designing effective organizations*. Englewood Cliffs, NY : Prentice Hall.
- Newstrom JW, Davis K. (1995). "Organisation behaviour : Human behaviour at work." 9th ed. New Delhi : Tata Mc Graw Hill publishing co, Ltd. ; 121-270.
- Papanek, G.F. (1971) "The Development of Entrepreneurship" in P. Kilby, ed. Entrepreneurship and Economic Development. New York, The Free Press
- Pickle, Hal B. (1964). "Personality and Success : An Evaluation of Personnel Characteristics of Successful Small Business Managers", Small Business Research Series, No.4, Small Business Administration Washington D.C.
- Rajagopalan, N., Rasheed, A.M.A., & Datta, D.K. (1993). Strategic decision processes : Critical review and future directions. *Journal of Management*, 19, 349-384.
- Rauch, A. And Frese, M. (1997). *Does planning Matter : Relations Between Planning and Success in small enterprise in Ireland and Germany*. In Proceeding of the 42nd World Conference International Council for small business, Sanfrancisco.
- Rauch, A., & Frese, M. (1998). *A contingency approach to small scale business success : a longitudinal study on the effects of environmental hostility and uncertainty on the relationship between planning and success*. In P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, N. M. Carter, S. Manigart, C. M. Mason, G. D. Meyer, & K. D. Shaver (Eds.), Frontiers of Entrepreneurship Research (pp.190-200). Babson Park MS : Babson College.
- Rauch, A. And Frese, M. (2000). *Psychological approach to entrepreneurial success : a general model and an overview of finding*. In International Review of Industrial & Organizational Psychology, edited by C.L. Cooper and I.T. Robertson.

- Rissal, Romeo. (1988). *A Study of the Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia*, Proquest-Dissertation Abstracts, The George Washington University.
- Ronen, S. "Quality of Work life and Motivational consideration." Flexible Working Hours. An Innovative in the Quality of work life. USA : Mcgraw Hill, Inc., 1981.
- Sonnentag, S. (1996). Planning and knowledge about strategies : their relationship to work characteristics in software design. *Behaviour and Information Technology*, 15 (4), 213-225.
- Sutton, Joseph L. "Political and administrative Leadership" In Problems of Politics and Administration in Thailand.
- Van Gelderen, M., Frese, M., & Thurik, R. (2000). Strategies, uncertainty and performance of small business startups. *Small Business Economics*, 15, 165-181.