

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ
ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมของประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**The Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise
Characteristics Toward Thai SMEs' Growth**



Sutheera Atawongsa

**Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Business Administration Program
Faculty of Business, Dhurakij Pundit University**

2013

หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	สุธีรา อะทะวงษา
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอม หุระนันท์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย และ 2) เปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจ ข้อมูลในการศึกษาส่วนแรกมาจากการสัมภาษณ์และการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการรวม 26 ราย ส่วนที่สองได้จากแบบสอบถามการปฏิบัติหรือสิ่งที่เป็นจริงในวิสาหกิจจากผู้ประกอบการจำนวน 752 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ ซึ่งแบ่งเป็นภาคการผลิต การค้า และการบริการ โดยภาคการผลิตและภาคการค้ามีรูปแบบความสัมพันธ์เหมือนกันคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับลักษณะสถานประกอบการและการเจริญเติบโต ส่วนภาคการบริการคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ

2) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางแตกต่างจาก

รูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดย่อม โดยวิสาหกิจขนาดกลางลักษณะของสถานประกอบการ
เท่านั้นที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต ขณะที่สิ่งที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมคือ
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

จากรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจตามขนาดและประเภท สรุปได้ว่าตัวแปรร่วมที่
สำคัญที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต สำหรับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการได้แก่ การทำงาน
เชิงรุกและการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ส่วนลักษณะของสถานประกอบการคือ องค์กรมีการ
ทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์กร

Thesis Title	Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise Characteristics Toward Thai SMEs' Growth
Author	Sutheera Atawongsa
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr. Somboonwan Satyarakwit
Co-Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Om Huvanandana
Degree	Doctor of Business Administration
Academic Year	2012

Abstract

The objectives of this research were: 1) to develop a causal relationship model of entrepreneurial orientation and enterprise characteristics affecting the growth of small and medium Thai enterprises and 2) to compare relationship models of the enterprises by type and size. The first part of the study obtained data from interviews, and evaluated factors affecting the enterprises' growth. This data was collected from 26 experts and entrepreneurs. The second part was a survey obtained from 752 entrepreneurs on their performance in real situations. The data was analyzed using SPSS for Windows and the structural equation modeling was developed using LISREL Version 8.72. The findings were as follows:

1) The relationship models differed with regard to type: production, trading and service sector. The production and trading sectors had the same pattern of relationship, entrepreneurial orientation had a direct relationship with the enterprise characteristics and growth. The entrepreneurial orientation of the service sector had a relationship with the growth through the enterprise characteristics.

2) The relationship models of medium enterprises are different from those of small enterprises. In medium enterprises, only the enterprise characteristics had effects on growth. In contrast, for the small enterprises, only the entrepreneurial orientation had effects on growth.

From all relationship models, the important common variables of entrepreneurial orientation that effected enterprise growth were proaction, marketing and competitor analysis. Regarding enterprise characteristics, the important variables were proactive organization, marketing strategy and innovative organization.

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้พัฒนาความรู้ด้านวิชาการ และสนับสนุนทุนการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์

งานวิจัยฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงมิได้ หากไม่ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอม หุวะนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ท่านได้ให้ความเมตตาสั่งสอน ให้ความรู้ ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี อีกทั้งยังทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้และประสบการณ์อย่างมากมาในการทำวิจัยที่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.อุปถัมภ์ สายแสงจันทร์ ดร. มนตรี วีรียงกูร และ ดร.พานิช เหล่าศิริรัตน์ ที่ได้เป็นประธานและกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนได้ให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและการทำวิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่เลขานุการหลักสูตรฯ ที่คอยประสานงานและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่เสียสละเวลาให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ ม.ร.ว. ปรีดิยาธร เทวกุล ศาสตราจารย์ ดร. ธเนศ นรภูมิพิพัฒน์ ดร. ไพบุลย์ ชำศิริพงษ์ และท่านผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำสัมภาษณ์ และข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสนิท คุณแม่ยุพา อะทะวงษา คุณนุกุล วินิจวลัย ตลอดจนพี่สาวและน้องชายของผู้วิจัยที่คอยให้กำลังใจเสมอมา ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสุวรรณ คุณแม่สมพร สุวรรณกุล ที่คอยอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยมีวันนี้และแม้ว่าท่านจะไม่ได้อยู่คู่ความสำเร็จ แต่พระคุณของท่านจะระลึกไว้ในดวงใจของผู้วิจัยตลอดไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๙
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	6
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ.....	11
2.2 ทฤษฎีคุณลักษณะ.....	12
2.3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ.....	18
2.4 ลักษณะของสถานประกอบการ.....	30
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ.....	31
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย.....	53
2.7 การพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโต.....	57
2.8 สรุป.....	61
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	62
3.1 ประชากรและตัวอย่าง.....	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 เครื่องมือ.....	65
3.3 การพัฒนาและการทดสอบเครื่องมือ.....	66
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
3.5 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
4. ผลการวิจัย.....	74
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้น.....	74
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	97
4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะ ของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของ วิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโต.....	111
4.4 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling).....	112
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย.....	145
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	149
5.1 สรุปผล.....	150
5.2 อภิปรายผล.....	156
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	168
บรรณานุกรม.....	173
ภาคผนวก.....	188
ก แบบสัมภาษณ์.....	189
ข แบบสอบถาม.....	193
ค การทดสอบค่าที (t-Test)	202
ประวัติผู้เขียน.....	208

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คุณลักษณะและทักษะที่แยกผู้นำจากบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ.....	14
2.2 ความหมายของมิติของการเป็นผู้ประกอบการ.....	20
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO)	39
2.4 ปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของงานวิจัยที่สำคัญ.....	52
2.5 มาตรวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต.....	59
3.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามกลุ่มวิสาหกิจ.....	63
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	67
3.3 เกณฑ์ดัชนีการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ.....	70
3.4 เกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง.....	73
4.1 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของการวิจัย.....	82
4.2 ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการของการวิจัย.....	92
4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ.....	98
4.4 ภูมิหลังของการดำเนินกิจการ.....	102
4.5 รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ.....	103
4.6 ประเภทของสถานประกอบการ.....	105
4.7 ผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลัง 4 ปี (พ.ศ.2550-2553) ของสถานประกอบการ.....	106
4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะ ของการเป็นผู้ประกอบการ.....	107
4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะ ของการเป็นผู้ประกอบการจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ.....	108
4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของลักษณะ ของสถานประกอบการ.....	109
4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของลักษณะ ของสถานประกอบการจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ.....	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าสถิติที่สำคัญของตัวแปร (จำนวน 752 คน)	113
4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	115
4.14 การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล.....	116
4.15 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบตัวแบบตามสมมติฐาน.....	118
4.16 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้าง เชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง.....	121
4.17 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง.....	123
4.18 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม.....	126
4.19 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม.....	128
4.20 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต.....	131
4.21 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต.....	133
4.22 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า.....	135
4.23 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า.....	137
4.24 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการ.....	140
4.25 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุ ของวิสาหกิจภาคการบริการ.....	142
4.26 สรุปตัวแปรที่สำคัญ 3 ลำดับแรกของคุณลักษณะ ของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผล ทางตรงต่อการเจริญเติบโต.....	144
4.27 สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ.....	146

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
2.1 แบบของผู้นำ 4 แบบ.....	16
4.1 แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัย.....	95
4.2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของวิสาหกิจขนาดกลาง.....	120
4.3 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของวิสาหกิจขนาดย่อม.....	125
4.4 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของวิสาหกิจภาคการผลิต.....	130
4.5 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของวิสาหกิจภาคการค้า.....	134
4.6 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของวิสาหกิจภาคบริการ.....	139
5.1 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	167

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจาก SMEs มีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99.0 ของธุรกิจทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550, น. 6-7) โดยในปี 2553 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยมีจำนวนถึง 2,913,167 ราย ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการผลิตตามลำดับ เมื่อพิจารณาภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2553 ยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีหากพิจารณาจากอัตราการขยายตัวของ GDP ที่มีการขยายตัวร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าโดยมีมูลค่า GDP ในปี 2553 เท่ากับ 10,102,986 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 1,052,271 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่า GDP ของ SMEs ถึง 3,746,967 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของ GDP รวมทั้งประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าว ได้แก่ การก่อให้เกิดการจ้างงาน คิดเป็นสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 77.0 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 39.0 ของมูลค่า GDP และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 29.0 ของมูลค่าการส่งออกรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553, น. 1-1 – 1-9)

ธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อการจ้างงานในพื้นที่ ซึ่งหลาย ๆ ประเทศได้ให้ความสำคัญโดยกำหนดเป็นนโยบาย และมุ่งเน้นในการศึกษาวิจัย เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมเป็นรากฐานของเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ การจ้างงาน และมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของโลก (Morrison & Ali, 2003) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรากฐานอันมั่นคงให้แก่ระบบเศรษฐกิจได้ และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ วรรณิชลนภาสิต (2552) ได้ยกตัวอย่างแคว้นเล็กๆ ที่ชื่อ วิเซนซาในประเทศอิตาลีที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากร้อยละ 90.0 ของธุรกิจทั้งแคว้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเมืองดังกล่าวมีประชากรประมาณ 850,000 คน แต่มีกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากถึงกว่า 85,000 ราย โดยเฉลี่ยจึงมี 1 กิจการต่อประชากร 10 คน ที่สำคัญคือ

ผลผลิตจากธุรกิจเหล่านี้ได้ส่งออกคิดเป็นมูลค่าต่อปีสูงถึง 14 ล้านเหรียญยูโร เทียบเท่ากับการส่งออกของประเทศโปรตุเกสทั้งประเทศ แคว้นวิเซนชาจึงถูกคิดตามจากประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยในลักษณะของ “ต้นแบบ” เพื่อการพัฒนาประเทศ

ในยุคที่ไร้พรมแดน ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดภายใต้การแข่งขัน และการสร้างการเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากตลาดที่มีขนาดจำกัด และมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ความแตกต่างทางด้านทรัพยากร การพัฒนาเทคโนโลยี ความต้องการซื้อ เงินทุน ที่มีการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ขณะที่รัฐบาลก็ได้ให้ความสำคัญในการที่จะพัฒนานวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และใส่ใจในสภาพแวดล้อมของธุรกิจมากยิ่งขึ้น การศึกษาจำนวนมากในต่างประเทศเกี่ยวกับการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีผลต่อการเจริญเติบโตในธุรกิจ SMEs (Evans, 1987; Kangasharju, 2000; Entrialgo, 2002; Kaikkonen, 2006) และประสิทธิภาพ (Priyanto, 2006) โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมซึ่งเป็นที่ทราบกันทั่วโลกว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชน สังคม การจ้างงาน และเป็นรากฐานของเศรษฐกิจ (Lowe and Talbot, 2000) และพบว่าธุรกิจขนาดย่อมยังมีปัญหาและข้อจำกัดบางประการต่อการเจริญเติบโต เช่น ทรัพยากร ศักยภาพ และทักษะของพนักงาน มีธุรกิจจำนวนน้อยมากที่สามารถเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานของอุตสาหกรรมโดยเฉลี่ย ในขณะที่ธุรกิจส่วนใหญ่มีผลประกอบการคงที่คือมีจำนวนพนักงานไม่เพิ่มขึ้นในรอบระยะเวลา 1 ปี และพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างธุรกิจที่มีการใช้แผนธุรกิจกับการเจริญเติบโต (Morrison & Ali, 2003) มีการศึกษาในหลายๆ แห่งพบว่าธุรกิจที่มีขนาดย่อมส่วนมากไม่ต้องการที่จะเจริญเติบโต หรือนอกจากว่าธุรกิจนั้นจะมีความสามารถที่จะเจริญเติบโตได้ (Gray, 1992, 2002)

การเจริญเติบโตของธุรกิจจะส่งผลทางบวกกับความมั่งคั่งของธุรกิจ และการพัฒนาภูมิภาค (Acs & Armington, 2006) ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความตั้งใจที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต และบางส่วนต้องการให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (Davidsson, 1989) ความสำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) จากการทบทวนวรรณกรรมในต่างประเทศนั้น ได้มีผู้ที่ให้ความสำคัญ และมีการศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยมีการใช้ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง และมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายตามศาสตร์ที่มีอยู่หลายสาขา เช่น ด้านสังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา ประวัติศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ จากการศึกษาอย่างต่อเนื่องดังกล่าวได้พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ (Ferreira & Azevedo, 2007) การศึกษาก่อนหน้านี้มักศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการ และคุณภาพการบริการที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ แต่การศึกษาถึงผลกระทบที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ (EO) ยังมีผู้ศึกษาจำนวนน้อย ขณะที่การศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจกลับพบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันตามประเภทของแต่ละอุตสาหกรรม และสถานการณ์การแข่งขัน (Hashim, Wafa & Sulaiman, 2001; Todd, 2006; Lim, 2009)

สำหรับประเทศไทยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยจำนวนหลายล้านกิจการเป็นปัจจัยที่ทำให้ห่วงโซ่ของเศรษฐกิจในประเทศไทยหมุนและเพิ่มความต้องการซื้อภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น มีการใช้จ่ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นทำให้ฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศมีการแพร่กระจาย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเพราะเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ได้ด้วยภาคเอกชนเป็นหลักคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 75 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (ปรีดิยาธร เทวกุล, ม.ร.ว., การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 เมษายน 2554) และเป็นวิสาหกิจที่รัฐบาลให้ความสนใจและให้ความสำคัญในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจซึ่งจะมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจต่อประเทศโดยรวมคือการก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และกระจายงานออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เป็นส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากมีความสามารถที่หลากหลายในประเภทของธุรกิจ สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบภายในประเทศได้เนื่องจากวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้ผลผลิตภายในประเทศ สามารถจัดตั้งธุรกิจได้ง่าย ใช้ทุนต่ำ และเป็นกิจการที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้ (วรรณิ ชลนภาสถิต, 2552) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงนับว่ามีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างผลผลิต การจ้างงาน การส่งออก และเป็นธุรกิจที่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของระบบเศรษฐกิจไทยในอนาคต (จักรมณัฒ ฝาสุกวนิช, 2550)

การศึกษาติดตามกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการในประเทศต่างๆ 40 ประเทศทั่วโลกในเครือข่ายโครงการติดตามการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร่วมกับวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551, น. 6-1) ศึกษาเปรียบเทียบ พัฒนาข้อเสนอแนะ เจือใจ ปัจจัยที่มีผลต่อภาคผู้ประกอบการและระดับความมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นผู้ประกอบการกับการเจริญเติบโตของทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการของไทยให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ พบว่าผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยโดยรวมลดลงจากอันดับที่ยี่สิบเก้ามาอยู่ในอันดับที่สามสิบสามขณะที่ประเทศสิงคโปร์อยู่ในอันดับที่สอง ประเทศมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ยี่สิบสาม ประเทศญี่ปุ่นอยู่ในอันดับที่ยี่สิบสี่ และเกาหลีใต้อันดับที่ยี่สิบเก้า ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะของสถานประกอบการส่วนใหญ่เริ่มต้นมาจากธุรกิจครอบครัว ขาดการกำหนดรูปแบบทางธุรกิจ การพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต การวางระบบบัญชี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การจัดการบุคลากร และ กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ไม่มีนวัตกรรมและความแตกต่าง และกลุ่มผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นมีความสามารถในการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนน้อยกว่าประเทศอื่นในแถบเอเชีย เช่น จีน อินเดีย

ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องปรับตัว ปรับปรุง และพัฒนากรอบแนวคิด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ด้วยการวางแผนธุรกิจให้มีมาตรฐานสากล ผู้บริหารทุกระดับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถพร้อมด้วยประสบการณ์ในด้านการวางแผนธุรกิจ เนื่องจากเป็นทักษะการบริหารที่เจ้าของ หรือผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังขาดอยู่มาก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคหลายประการ อาทิ การประสบความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจด้วยสาเหตุหลักเนื่องจากการขาดความรู้และขาดทักษะในการถ่ายทอดความรู้ การลดต้นทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาเงินและใช้เงินทุน และทักษะในการดำเนินงานด้านต่างๆ (ฐาปนา บุญหล้า, 2550; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551; วรณิ ชลนภาสถิต, 2552)

ในประเทศไทยมีการศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบริบทต่างๆ อาทิ การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย (สุปราณี ศรีนัคราภิมุข, 2544) ความต้องการด้านแรงงาน การเข้าสู่มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม นโยบายของรัฐในการแก้ปัญหา และการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมผลิต (บุญชัย นพพรพิทักษ์, 2542; วัณณะวัฒน์ โอภาสวัฒนา, 2543; ลลิตา วงศ์สม, 2543; ขวัญเชิญ ภาคจลิน, 2546; สุกัญญา อธิปอนันต์, 2550; Jearumrong, 2003; Limsuwan, 2003; Artsmiti, 2004; Sriwittaya, 2005) การศึกษาประสิทธิภาพ และความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต (Wiboonchutikula, 2001; Cheasakul, 2001) การสร้างตราสินค้า กลยุทธ์การแข่งขันใน SMEs (Anarnkaporn, 2006) ขณะที่การศึกษายางส่วนมุ่งเน้นการศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีต่อการพัฒนากลยุทธ์ และการวางแผนของธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (จิตติภา งามเกริกโชติ และ มาร์ค วิลเลียม สปีซ์, 2548) กลยุทธ์เพื่อการส่งออกของวิสาหกิจของประเทศไทย และการศึกษาตัวกำหนดและผลของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของบริษัทไทย (Samutachak, 2000; Coompanthu, 2004) รวมไปถึงการศึกษาในธุรกิจระหว่างประเทศ (กฤษณา

รุจิธำรงกุล, 2548; จรรยาภรณ์ พรหมคุณ, 2551; Tanvisuth, 2007) และการศึกษาเฉพาะธุรกิจขนาด เล็กที่มุ่งศึกษาเฉพาะการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง (เฉลิมศักดิ์ ชุ่มเชื้อ, 2544; นลินี ปุสสเทวะ, 2545; ชัยศักดิ์ ไทยอุบลัมภ์, 2546) ขณะที่ยังไม่พบผู้ใดได้ ทำการศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประเด็นลักษณะของสถานประกอบการ ที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

ดังนั้นการศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถาน ประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทยจึง เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในประเทศไทยถึงรูปแบบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบคุณลักษณะ ของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของ วิสาหกิจ และรูปแบบความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ โดยจะเป็น แนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความ เจริญเติบโต มีความเข้มแข็ง สามารถยกระดับกิจการของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ เป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติของหน่วยงานรัฐบาลในการนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็น แนวทางในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการให้มีศักยภาพและ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น เป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตและยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยหรือไม่
2. ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยหรือไม่
3. รูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถาน ประกอบการจำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจ ส่งผลต่อการเจริญเติบโตแตกต่างกัน หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย

2. เปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ

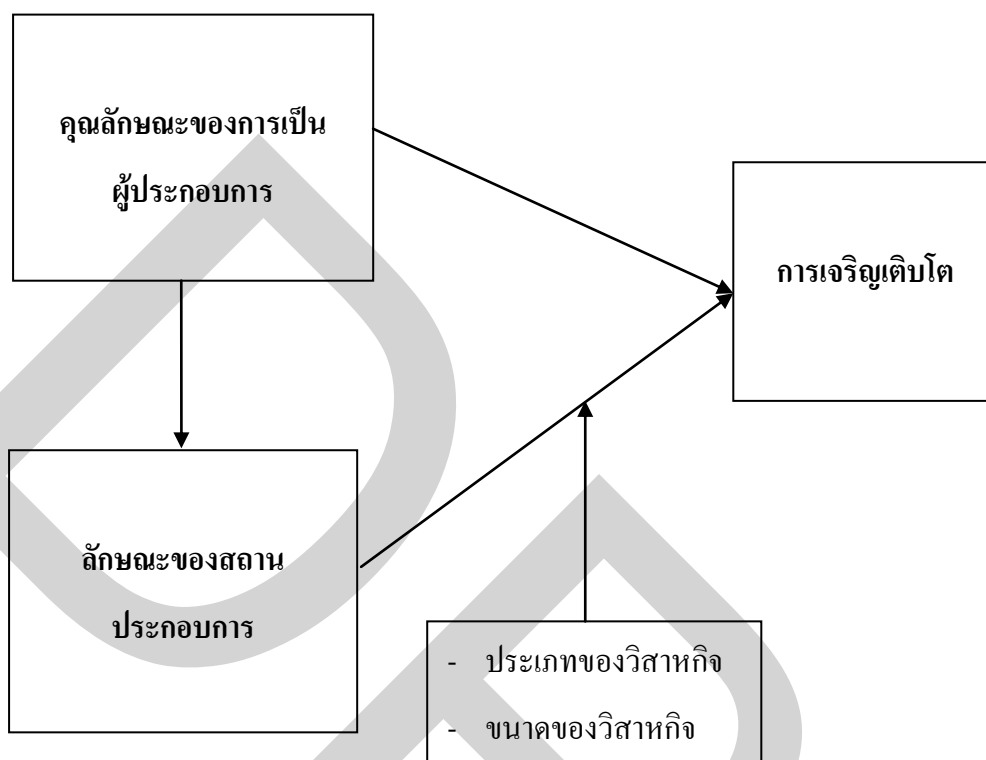
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลที่ได้ในการศึกษาเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยภายในของสถานประกอบการซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ มิได้รวมถึงปัจจัยภายนอก คือ สภาพเศรษฐกิจที่ผู้วิจัยกำหนดให้เป็นปัจจัยคงที่ ดังนั้นกรอบแนวคิดนี้ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่หนึ่ง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ องค์ประกอบที่สอง ลักษณะของสถานประกอบการ และองค์ประกอบที่สาม การเจริญเติบโต

องค์ประกอบที่หนึ่ง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อลักษณะของสถานประกอบการและการเจริญเติบโต

องค์ประกอบที่สอง ลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต

องค์ประกอบที่สาม การเจริญเติบโตประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ 1) ยอดขาย 2) กำไรสุทธิ 3) เงินทุน 4) สินทรัพย์รวม 5) กำลัการผลิต ทั้งนี้ได้กำหนดให้ประเภท และขนาดของวิสาหกิจเป็นตัวแปรควบคุม โดยทั้งสามองค์ประกอบสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยให้สอดคล้องกับคำถามการวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งสมมติฐานการวิจัยออกเป็น 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ

1.6 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย

1.2 ศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ซึ่งพิจารณาตามจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,913,167 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553, น. 4-1) จำแนกประเภทเป็น 3 กลุ่มได้แก่ วิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

สถานประกอบการ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์การที่มีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยบุคคลที่เป็นเจ้าของหรือควบคุมกิจการโดยนิติบุคคล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SME) หมายถึง สถานประกอบการของประเทศไทยที่จดทะเบียนนิติบุคคล ครอบคลุมวิสาหกิจ 3 กลุ่ม ได้แก่ วิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ

วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises) หมายถึง สถานประกอบการประเภทการผลิตสินค้า หรือให้บริการที่มีจำนวนการจ้างงานจำนวน 51-200 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิจำนวน 51-200 ล้านบาท การค้าส่งที่มีจำนวนการจ้างงานจำนวน 26-50 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิจำนวน 51-100 ล้านบาท และการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานจำนวน 16-30 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิจำนวน 31-60 ล้านบาท

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises) หมายถึง สถานประกอบการประเภทการผลิตสินค้า หรือให้บริการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่เกิน 50 ล้านบาท การค้าส่งที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่เกิน 50 ล้านบาท และการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่เกิน 30 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง เจ้าของหรือผู้จัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินงานในวิสาหกิจ

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) หมายถึง ลักษณะของผู้ประกอบการที่มาจากคุณสมบัติส่วนตัว ประสบการณ์ และการศึกษาอบรม

ลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของสถานประกอบการที่เป็นผลมาจากคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ระบบการบริหาร บุคลากร และวัฒนธรรมองค์การ

การเจริญเติบโต หมายถึง การดำเนินงานที่ดีขึ้นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วัดจากร้อยละของการเพิ่มขึ้นของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม หรือกำลังการผลิตของวิสาหกิจ

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย มีประโยชน์ในทางวิชาการ และประโยชน์ในทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประโยชน์ในทางวิชาการ

การวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อวงการวิชาการ ดังนี้

1.1 การวิจัยในต่างประเทศ และของไทยพบว่ายังไม่มีผู้ใดได้ศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุขององค์ประกอบคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และรูปแบบความสัมพันธ์ที่แตกต่างตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการในมุมมองที่แตกต่างจากนักวิชาการในต่างประเทศ

1.2 การวิจัยในต่างประเทศ และของไทยพบว่ายังไม่มีผู้ใดได้นำปัจจัย คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านความรักและความถนัดในธุรกิจที่ทำอยู่ การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความเห็นและตัดสินใจ และความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม ซึ่งเป็นตัวแปรใหม่ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ครอบคลุมทั้งวิสาหกิจภาคการค้า ภาคการบริการ และภาคการผลิต

2. ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

การวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ ดังนี้

2.1 ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ครอบคลุมทั้งวิสาหกิจภาคการค้า ภาคการบริการ และภาคการผลิตให้มีศักยภาพในการดำเนินงานตลอดจนสามารถสร้างความเข้มแข็งและความเจริญเติบโตให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยได้ต่อไปในอนาคต

2.2 ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติของหน่วยงานรัฐบาลในการนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้นและสามารถดำเนินกิจการให้มีการเจริญเติบโตต่อไปได้ในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบ โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต รวมทั้งเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ความหมายของผู้ประกอบการ ทฤษฎีคุณลักษณะ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของสถานประกอบการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย การพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโตของสถานประกอบการ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

มีผู้นิยามความหมายของผู้ประกอบการที่หลากหลาย ดังนี้

Longenecker, Moore, Petty and Palich (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ค้นพบความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hatten (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีโอกาส และผลประโยชน์ในธุรกิจ โดยเป็นผู้มีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่ม หรือดำเนินธุรกิจ Hatten ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีการริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่
2. มีสร้างนวัตกรรม (Innovation) มีการผลิตสินค้าใหม่รวมถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจ การตลาด และการจัดการองค์การด้วยกระบวนการใหม่ ๆ

3. มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk management) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงอันเกิดจากการขาดทุน หรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

4. มีความสามารถในการบริหารงานทั่วไป (General management) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีความเหมาะสม

5. มีความมุ่งมั่นในประสิทธิภาพ (Performance intention) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ จะต้องมีความคาดหวังในผลกำไร หรือระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

Wikipedia (2010) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีความเสี่ยง มีแนวความคิด เป็นผู้ยอมรับในความเสี่ยง และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงเป็นผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง

2.2 ทฤษฎีคุณลักษณะ

ทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) เกิดขึ้นจากการศึกษาในต้นศตวรรษที่ 20 ที่ได้มีนักวิชาการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำเป็นจำนวนมาก โดยนักวิชาการต่าง ๆ พยายามกำหนดคุณลักษณะบางอย่าง เช่น อุปนิสัยเฉพาะ บุคลิกภาพส่วนตัว หรือลักษณะทางกายภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้นำมาทำการศึกษาโดยอาจพิจารณาลักษณะเฉพาะของร่างกาย หรือลักษณะพิเศษอื่นๆ เช่น ความเปิดเผย ภาวลักษณ์ ความมุ่งมั่น หรือความก้าวร้าวว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้นำหรือไม่ และการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของคนที่ เป็นผู้นำกับคนที่ไม่เป็นผู้นำ โดยผลการศึกษาดังกล่าวก็ยังไม่มียุทธศาสตร์หรือการพิสูจน์ที่ชัดเจนว่า คุณลักษณะใดมีผลต่อความสำเร็จของผู้นำซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความจำเป็นในการใช้คุณลักษณะแต่ละชนิดมากน้อยอย่างไร เช่น ผู้บริหารที่มีทักษะและความทะเยอทะยานทางด้านบริหารสูงอาจเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งได้อย่างรวดเร็วกว่าผู้บริหารที่มีความสามารถสูงในการทำงานอย่างเดียวกันแต่ขาดความทะเยอทะยานหรือขาดการนำเสนอตัวเอง (มัลลิกา ต้นสอน, 2544; สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550; เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2552; Homer, 1997; Center for Good Governance, 2006)

สำหรับคำว่า trait ในตำราของประเทศไทยพบว่านักวิชาการต่างๆ ได้ใช้คำที่แตกต่างกันออกไป เช่น มัลลิกา ต้นสอน (2544) ใช้คำว่าลักษณะเฉพาะของผู้นำ สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550)

ใช้คำว่าคุณลักษณะ และเนตร์พัฒนา ยาวีราช (2552) ใช้คำว่าคุณลักษณะของผู้นำ แต่ยังคงนิยามคำว่า trait คล้ายคลึงกันคือ อุปนิสัย บุคลิกภาพ หรือลักษณะทางกายภาพเฉพาะบุคคลที่แสดงออกสู่เทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะ (Trait) หมายถึง คุณลักษณะปรุงแต่งต่าง ๆ เฉพาะรายบุคคลซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่เป็นพื้นฐานของบุคลิกภาพ ภาวะด้านอารมณ์และจิตใจ ความต้องการ แรงขับ และค่านิยม โดยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวรที่บุคคลนั้นแสดงออกมาในรูปแบบเฉพาะในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำในยุคเริ่มแรกส่วนใหญ่จะยึดแนวทางการศึกษาด้านคุณลักษณะเป็นหลักจากสมมติฐานที่ว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะและทักษะที่เหมาะสมจะสามารถขึ้นสู่ตำแหน่งผู้นำ สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งผู้นำได้อย่างเหมาะสม

การสังเคราะห์งานวิจัยของ Stogdill (อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550, น. 114) ในปี 1974 เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำของบุคคลต่าง ๆ ในระหว่างปี 1949-1970 จำนวน 163 กรณีศึกษา พบว่ามีคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความมีประสิทธิภาพของผู้นำซ้ำกับคุณลักษณะที่พบจากการศึกษาครั้งก่อนอยู่หลายประการแต่ก็พบคุณลักษณะและทักษะใหม่ๆ เพิ่มขึ้น สรุปได้ ดังแสดงตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะและทักษะที่แยกผู้นำจากบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ

คุณลักษณะ (Traits)	ทักษะ (Skills)
<ul style="list-style-type: none"> - มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ - มีความรับรู้ไวต่อสภาพแวดล้อม - มีความทะเยอทะยาน และมุ่งในความสำเร็จ - มีความเปิดเผย - มีการให้ความร่วมมือ - มีการตัดสินใจที่ดี - มีความสามารถในการฟังพาได้ - มีอำนาจเหนือผู้อื่น - มีพลัง และมีความกระตือรือร้นสูง - มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง - มีความมั่นใจในตนเอง - มีความอดทนต่อความเครียด - มีความเต็มใจที่จะรับผิดชอบงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความฉลาด - มีทักษะในด้านแนวคิด - มีความคิดสร้างสรรค์ - มีธรรมาสัย และมีไหวพริบดี - มีความคล่องแคล่วในการพูด - มีความรู้เกี่ยวกับงาน - มีความสามารถในการบริหารองค์การ - มีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าว - มีทักษะทางสังคม

Yukl (1998) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จสูงผลการศึกษาพบว่าสามารถระบุคุณลักษณะของผู้นำได้ดังนี้

1. มีความอดทนต่อความเครียด
2. มีความมั่นใจในตนเอง
3. มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของตนเอง
4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์
5. มีความซื่อสัตย์
6. มีอำนาจทางสังคม
7. มีความต้องการในความสำเร็จ
8. มีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่นในระดับต่ำ

ในอดีตมีการศึกษาอย่างกว้างขวางในประเด็นของคุณลักษณะของผู้นำ ต่อมาเป็นการศึกษาทั้งคุณลักษณะของผู้นำและคุณลักษณะของบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำถึงความแตกต่างและ

การพยากรณ์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยผลการศึกษาจำนวนมากยังมีระดับความสอดคล้องต่ำจึงไม่สามารถระบุถึงปัจจัยคุณลักษณะที่ชัดเจนได้ ขณะที่ผลการศึกษาเมื่อไม่นานมานี้พบว่า มีคุณลักษณะที่สามารถระบุได้ มีความสำคัญและเป็นจุดแข็งของผู้นำมีดังนี้ (Schermerhorn, Hunt & Osborn, 2003, pp. 287-288)

1. มีพลัง มีการปรับตัว หรือมีความอดทนต่อความเครียด (Energy and adjustment or tolerance) มีความตื่นตัวอยู่เสมอและสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี
2. มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม (Prosocial power motivation) โดยจะเป็นผู้ที่มีความต้องการด้านอำนาจสูงและใช้อำนาจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น
3. มีการมุ่งความสำเร็จ (Achievement orientation) มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความปรารถนาสูง มีแรงขับที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่นทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์
4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional maturity) เป็นผู้ที่สามารถปรับอารมณ์ตนเองได้ดีเมื่อประสบกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่คาดหวัง
5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self confidence) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ
6. มีความยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity) เป็นพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการยึดมั่นในหลักการ ความซื่อสัตย์สุจริต จริยธรรม และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
7. มีความบากบั่นอดสาหัส (Perseverance or tenacity) มีความสามารถที่จะแก้ไขปัญหายุ่งยากต่างๆ และมีความเข้มแข็ง
8. มีความสามารถในการรับรู้ ความฉลาด มีความเข้าใจในด้านสังคม (Cognitive ability, Intelligence, Social intelligence) สามารถรับรู้และเข้าใจ บุรณาการและอธิบายหรือถ่ายทอดข้อมูลได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีความเข้าใจบทบาททางสังคม
9. มีความรู้เกี่ยวกับงาน (Task-relevant knowledge) โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของตนเอง อุตสาหกรรม และเทคนิคต่างๆ
10. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) มีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แก้ไขข้อกำหนดต่างๆ ที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม

นอกเหนือจากทฤษฎีคุณลักษณะที่อธิบายคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำแล้วยังมีการศึกษาภาวะผู้นำในเชิงพฤติกรรม (Behavioral approaches to leadership) ซึ่งพิจารณาว่าพฤติกรรมใดบ้างที่ทำให้ผู้นำประสบความสำเร็จ และพฤติกรรมใดบ้างที่ทำให้ผู้นำไม่ประสบความสำเร็จ โดยมีผู้ที่ศึกษาภาวะผู้นำในเชิงพฤติกรรมในช่วงแรกๆ ที่สำคัญคือ การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัย

โอไฮโอสเตท (The Ohio State University Study) และมหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan Research Study) (มัลลิกา ต้นสอน, 2544; สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550; Schermerhorn, Hunt and Osborn, 2003) สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตทในปี 1940 ได้สร้างแบบสอบถามวัดพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหาร 2 กลุ่มคือ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้บริหารในหน่วยงานทหาร ซึ่งให้ผู้ได้บังคับบัญชาเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมผู้นำ โดยมีการวัดผู้นำแบ่งออกเป็นสองมิติคือ ด้านกิจสัมพันธ์ (Consideration) และด้านมิตรสัมพันธ์ (Initiating structure) สำหรับผู้นำด้านกิจสัมพันธ์เป็นพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงออกต่อผู้ตามอย่างชัดเจนที่มุ่งเน้นความสำเร็จตามความมุ่งหมายขององค์กรได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำที่เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างงานและองค์การ การกำหนดคุณลักษณะของงานที่ต้องการ การกำหนดบทบาทของผู้นำและผู้ตาม การมอบหมายงานและความรับผิดชอบ ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารทางเดียวจากผู้นำลงสู่ผู้ตาม และการกำหนดวิธีการทำงานและจัดตารางการทำงาน ส่วนผู้นำด้านมิตรสัมพันธ์เป็นพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความรู้สึกไวต่อการรับรู้ของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม มีการยอมรับในความคิด ความรู้สึก ความไว้วางใจต่อกัน แสดงความชื่นชมและรับฟังปัญหาของผู้ตาม และกระตุ้นให้มีการสื่อสารแบบสองทาง ผลการวิจัยพบว่า การผสมผสานพฤติกรรมภาวะผู้นำทั้งสองมิติทำให้เกิดแบบของผู้นำ (Leadership style) 4 แบบแสดงดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบของผู้นำ 4 แบบ

ที่มา: DuBrin (1998, อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550, น. 165)

นอกจากการผสมผสานพฤติกรรมภาวะผู้นำทั้งสองมิติแล้วผลการวิจัยยังพบว่า 1) ผู้นำที่มีประสิทธิผลจะมีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นทั้งสองมิติ คือ ทั้งด้านกิจสัมพันธ์และมิตรสัมพันธ์ 2) กลุ่มผู้ตามยังมีความต้องการให้ผู้นำแสดงออกด้วยพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์มากกว่ากิจสัมพันธ์ 3) ผู้บังคับบัญชาของผู้นำต้องการให้ผู้นำใช้พฤติกรรมด้านกิจสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น 4) กลุ่มผู้ตามให้ความสำคัญในคุณค่าของพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์ของผู้นำมาก โดยหลักฐานยืนยันว่า การลาออกจากงานน้อยมากและระดับความพึงพอใจในงานสูงสุดเมื่อกลุ่มผู้ตามได้ทำงานกับผู้นำที่มีคะแนนพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์สูง 5) ผู้นำที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์สูงจะมีคะแนนการประเมินของผู้บังคับบัญชาสูง และมีผลงานที่ออกมาสูงกว่าผู้นำที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์ต่ำ 6) มีข้อเสนอแนะว่า สถานการณ์จะเป็นปัจจัยสำคัญไม่ว่าผู้นำจะมุ่งเน้นพฤติกรรมด้านกิจสัมพันธ์หรือมิตรสัมพันธ์ ในบางสถานการณ์กลุ่มผู้ตามอาจให้คะแนนผู้นำที่มีพฤติกรรมเน้นด้านกิจสัมพันธ์สูงกว่าเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลมากกว่า ดังผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้นำในหน่วยทหารอากาศที่มีคะแนนด้านมิตรสัมพันธ์สูงกลับถูกกลุ่มผู้ตามประเมินว่าเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลน้อยกว่าผู้นำหน่วยทหารที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์สูง อย่างไรก็ตามการศึกษาดังกล่าวก็ยังไม่ได้รับการยอมรับว่ามีความเป็นสากลเนื่องจากผลการศึกษาในช่วงต่อมาพบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของปัจจัยแต่ละตัว เช่น ขนาดขององค์การจะมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้นำ ความพอใจในงานของผู้ใต้บังคับบัญชาและผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัยมิชิแกนในปี 1940 ศึกษาพฤติกรรมผู้นำเพื่อค้นหา รูปแบบของผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของกลุ่มองค์กรที่มีผลผลิตสูง และกลุ่มองค์กรที่มีผลผลิตต่ำ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมของผู้นำที่มีพื้นฐานสองแบบ คือ ผู้นำที่มุ่งคน (Employee centered) และผู้นำที่มุ่งผลผลิต (Production centered) มีความสำคัญต่อสวัสดิภาพของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยผู้นำที่มุ่งคนเป็นพฤติกรรมที่แสดงต่อผู้ตามด้วยการกระตุ้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการทำงานและการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน มีความไว้วางใจและเคารพนับถือต่อผู้ตาม จูงใจให้ผู้ตามผลิตผลงานออกมาสูงซึ่งมีความคล้ายคลึงกับพฤติกรรมผู้นำด้านกิจสัมพันธ์และด้านมิตรสัมพันธ์ ส่วนผู้นำที่มุ่งผลผลิตจะมีพฤติกรรมในการกำหนดมาตรฐานงานที่เข้มงวด การจัดแบ่งงาน และวิธีการทำงานที่ต้องปฏิบัติตามและการตรวจสอบการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิดเพื่อประกันความสำเร็จของงาน ข้อเสนอการศึกษามีดังนี้

- 1) กลุ่มคนทำงานที่มีผลผลิตสูงส่วนใหญ่จะมีผู้นำที่มีพฤติกรรมมุ่งคนสูงกว่ากลุ่มผู้นำที่มุ่งผลผลิต
- 2) ผู้นำที่มีประสิทธิผลส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำที่มีสัมพันธภาพเชิงสนับสนุนต่อสมาชิกกลุ่ม
- 3) ผู้นำที่มีประสิทธิผลส่วนใหญ่จะเน้นใช้วิธีการตัดสินใจของกลุ่มมากกว่าการตัดสินใจโดยลำพัง และเป็นผู้นำที่กระตุ้นให้ทีมงานกำหนดเป้าหมาย และหาวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่มีผลผลิตสูงด้วยตนเอง

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในระยะต่อมายังมีความซับซ้อนหลายประการที่ยากต่อการสรุป เช่น การศึกษาพนักงานของบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้นำสองกลุ่มมีผลงานออกมาสูงไม่แตกต่างกันแต่กลุ่มที่มีผู้นำที่มุ่งคนจะมีเจตคติที่ดีต่อผู้นำมากขึ้น ในขณะที่การศึกษายางกลุ่มพบว่าผู้นำที่มีผลงานดีจะต้องมีพฤติกรรมทั้งสองด้านคือมุ่งที่คนไปพร้อมๆ กับการมุ่งที่ผลผลิต

จากที่กล่าวมาในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีคุณลักษณะจะกล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำที่ประสบความสำเร็จ สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้อย่างเหมาะสม โดย Stogdill เสนอคุณลักษณะของผู้นำที่ต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ มีความรู้ไว ต่อสภาพแวดล้อม มีความทะเยอทะยาน มีความเปิดเผย มีการให้ความร่วมมือ มีการตัดสินใจที่ดี มีความสามารถในการพึ่งพาได้ มีอำนาจเหนือผู้อื่น มีพลังและความกระตือรือร้นสูง มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง มีความมั่นใจในตนเอง มีความอดทนต่อความเครียด และมีความเต็มใจที่จะรับผิดชอบงาน ต่อมา Yukl เสนอคุณลักษณะเพิ่มเติมคือ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีความซื่อสัตย์ มีอำนาจทางสังคม และมีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่นในระดับต่ำ ส่วน Schermerhorn, Hunt และ Osborn เสนอเพิ่มเติมว่า คุณลักษณะของผู้นำต้องเป็นผู้มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม ยึดมั่นในคุณธรรม มีความบากบั่นอดสาหะ มีความสามารถในการรับรู้ และเข้าใจในด้านสังคม ขณะที่การศึกษาภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตทพบว่าผู้นำที่มีประสิทธิผลจะต้องมีพฤติกรรมทั้งสองมิติคือ มิติด้านกิจสัมพันธ์และมิตรสัมพันธ์ ส่วนการศึกษาของมหาวิทยาลัยมิชิแกนเน้นศึกษามิติใดมิติหนึ่งในผู้นำที่มีพฤติกรรมที่มุ่งคน และมุ่งผลผลิต โดยการศึกษาของทั้งสองมหาวิทยาลัยยังไม่มีข้อสรุปชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่แท้จริง อย่างไรก็ตามการทบทวนแนวคิดคุณลักษณะของนักวิชาการต่างๆ จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการต่อไป

2.3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation: EO) ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน (Dess, Lumpkin & Eisner, 2007) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Harms, 2009) โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักพบว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่ง

ผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

Entrialgo (2002) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวความคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ว่าคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

Covin and Slevin (1991) ได้อธิบายชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัย นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยกล่าวว่า ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์กร 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน ประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนา นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สามคือลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

Dess, Lumpkin, and Taylor (2005) ได้นำเสนอมิติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจ และการปฏิบัติของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยง โดย 5 มิติดังกล่าวสามารถใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจ ความหมายของแต่ละมิติของการเป็นผู้ประกอบการแสดงในตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.2 ความหมายของมิติของการเป็นผู้ประกอบการ

มิติ	ความหมาย
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)	ความเป็นอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร
การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)	ความพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่ได้จากการทดลองหรือจากประสบการณ์ และการมีกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	ลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในตลาด เป็นการมองการณ์ไกลเพื่อแสวงหาโอกาส และความต้องการในอนาคต
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)	ความพยายามในการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจมีลักษณะที่ชอบต่อสู้ หรือมีการตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อพัฒนาตำแหน่งของธุรกิจ หรือจัดอุปสรรคคู่แข่งในตลาด
การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking)	การตัดสินใจ และการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรืออาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ที่มา: Dess, Lumpkin and Taylor (2005, p. 426)

รายละเอียดของแต่ละมิติเป็นดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) คือความพยายามในการที่จะปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระ มีเอกภาพในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร การทำงานที่มีเอกภาพในหน่วยงานเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์กร ความเป็นอิสระในการบริหารงานเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในองค์กรที่ผู้ประกอบการถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการดำเนินงาน บุคลากรจะมีความท้าทายในการทำงานภายใต้ระบบการกระตุ้นสิ่งจูงใจด้วยระบบรางวัล มีการแสวงหาโอกาส และการปฏิบัติงานโดยปราศจากการวิพากษ์วิจารณ์ของเพื่อนร่วมงาน มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเพื่อเป้าหมายชัยชนะขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์กรมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) การสนับสนุนให้เกิดการคิดด้วยการใช้เทคนิคสแก๊งค์เวิร์ก (Skunkworks) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยผู้บริหาร และพนักงานในการทำงานที่มีลักษณะเป็นงานประจำ องค์กรบางแห่งอาจมีการตั้งหน่วยปฏิบัติงานขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มีการระดมสมองเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ร่วมกัน เป็นหน่วยงานที่แยกการทำงานอิสระไม่ขึ้นกับฝ่ายบริหาร มีการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ และไม่มีแรงกดดันในการทำงาน

2) มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีอิสระ องค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างองค์กรจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขัน เช่น บางธุรกิจอาจเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคด้านยอดขาย ประสิทธิภาพขาดทุน การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานใหม่เพื่อให้ธุรกิจมีขนาดเล็กลง พร้อมทั้งการให้อำนาจการตัดสินใจในการทำงานแก่พนักงาน มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสามารถปรับปรุงให้ธุรกิจเจริญเติบโตต่อไปได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามความเป็นอิสระในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการติดตาม ประเมินผลเพื่อตรวจสอบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภายในองค์กรเพื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) คือความพยายามในการที่จะแสวงหาโอกาส และทางเลือกใหม่ๆ ในการที่มุ่งเน้นให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การวิจัยและพัฒนา การทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ หรือการพัฒนาเทคโนโลยี

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์กรมีนวัตกรรมในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) มีการสนับสนุนการทดลองเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม ธุรกิจจำเป็นต้องลบความคิดเดิมและมีการทดลองต่างๆ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2) มีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งหมายความว่าธุรกิจจะต้องทุ่มเทงบประมาณในการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในเทคโนโลยี

นวัตกรรมเปรียบเสมือนการสร้างความก้าวหน้า และสร้างความมั่นคงให้องค์กรให้สามารถเจริญเติบโตต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาในนวัตกรรมก็อาจส่งผลในด้านลบแก่องค์กรได้หากการวิจัยและพัฒนาในการออกสินค้า และบริการใหม่ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการได้ ซึ่งเป็นที่น่าพอใจซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลไปถึงผลกระทบจากการแข่งขันที่ตามมา และ

แม้ว่าธุรกิจจะมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ หรือประสบความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ ธุรกิจอื่นๆ ก็มีการพัฒนาในนวัตกรรมที่ออกแบบคล้ายคลึงกันหรือมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเช่นเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดหากธุรกิจเริ่มมีผลประกอบการที่ลดลงการให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาด้านนวัตกรรมต่างๆ อาจจำเป็นต้องยุติลงไปโดยปริยาย นวัตกรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ต้องเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเสมอไป สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจจะต้องเข้าใจในกลยุทธ์ และต้องยอมรับในการพัฒนานวัตกรรมที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้ต่อไปในอนาคต

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือการแสดงออกถึงการสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับองค์กร โดยการทำงานเชิงรุกในองค์กรจะต้องมีการติดตาม และตรวจสอบ รวมไปถึงการระบุแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเดิม โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป หรือคาดการณ์ในปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน ไม่เฉพาะแต่การทำงานเชิงรุกที่ต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น หากแต่จะต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานภายในองค์กรด้วยเพื่อก้าวสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารที่ดำเนินกลยุทธ์การทำงานเชิงรุกจะต้องใส่ใจและต้องคอยแสวงหาข้อมูลอยู่เสมอๆ เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ และการพัฒนาการดำเนินงานของตนเอง

การทำงานเชิงรุกก่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากเป็นการทำให้คู่แข่งมีสถานะหรือตำแหน่งที่เป็นฝ่ายตั้งรับไปโดยปริยาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจกลายเป็นผู้นำในตลาดใหม่ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีเอกลักษณ์ มีเทคนิคการดำเนินงาน หรือมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานที่เรียกได้ว่าเป็นผู้นำในธุรกิจ (First mover) ที่มีความได้เปรียบ เช่น มีความได้เปรียบในการสร้างผลกำไรได้สูงเนื่องจากไม่มีคู่แข่งในตลาด สามารถสร้างความจดจำในตราสินค้า และภาพลักษณ์ที่มีต่อลูกค้าได้ ซึ่งล้วนแล้วแต่จะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจัยในการทำงานเชิงรุก ประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) มีการนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการแสดงความสามารถในด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญคือการมีวัฒนธรรมขององค์กรที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนและแสดงออกถึงการทำงานเชิงรุกเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การกำหนดภารกิจขององค์กรที่มุ่งเน้นความเป็นผู้นำในสินค้าหรือตลาดนั้นๆ

2) มีความพยายามที่จะค้นหา นำเสนอสินค้าและบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง มีความพยายามในการแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรในรูปของกำไร เช่น การแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ หรือการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือความพยายามในการมุ่งพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้แข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นความสามารถที่ธุรกิจจะต้องดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ซึ่งอาจเป็นการใช้กลยุทธ์การตัดราคา การลดราคาเพื่อแย่งชิงและเพิ่มส่วนครองตลาด หรือความพยายามในการที่จะพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิต ความสามารถในการแข่งขันยังเกี่ยวข้องกับกรณีที่ธุรกิจมีศักยภาพ หรืออิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ศักยภาพในด้านนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขันมีลักษณะที่แตกต่างจากการพัฒนานวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกที่จะมีลักษณะมองไปข้างหน้าเพื่อค้นหาแนวโน้ม และโอกาสที่ธุรกิจจะสามารถแสวงหาตลาดที่เพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการแข่งขันจะมุ่งไปที่การต่อสู้เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) หรือเรียกว่าการวิเคราะห์สวอต (SWOT) ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดความเสียหายหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม ในขณะที่นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ

ความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาตำแหน่ง และศักยภาพของธุรกิจประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) การเข้าสู่ตลาดด้วยสินค้าราคาต่ำ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักกลัวในการเข้าสู่ตลาดที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากตลาดที่มีขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเต็มไปด้วยธุรกิจที่มีเงินทุน และงบประมาณในการลงทุนสูง มีความได้เปรียบในการตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าและยังมีความสามารถในการรักษากำไรไว้ได้

2) การลอกเลียนแบบการดำเนินธุรกิจ หรือลอกเลียนแบบเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ เป็นลักษณะของการลอกเลียนแบบในด้านความคิด และวิธีการดำเนินงานของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ อาจเป็นการเปรียบเทียบการดำเนินงานของตนเองกับคู่แข่งหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ (Benchmarking) เป็นการค้นหาการปฏิบัติที่ดีมีความเป็นเลิศ (Best practices) ที่ไม่ผิดต่อกฎหมาย

5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) เป็นความพยายามในการจกฉวยโอกาสที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าความพยายามนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการที่

ประสบความสำเร็จแล้วแต่เป็นผู้ที่ต้องมีความเสี่ยงต่างๆ บนทางเลือกเพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ดำเนินต่อไปได้ ความเสี่ยงอาจก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง แต่ธุรกิจก็ต้องรับภาระหนี้สินที่สูงขึ้นจากการลงทุนในทรัพยากรจำนวนมากเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด และการลงทุนในเทคโนโลยีที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

ลักษณะความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญประกอบด้วยความเสี่ยง 3 ประเภท ดังนี้

1) ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business risk) เกี่ยวข้องกับการที่ไม่สามารถทราบถึงโอกาส และความน่าจะเป็นที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ไม่มีทดสอบล่วงหน้า และความไม่แน่ใจในเทคโนโลยี

2) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อนำไปลงทุนเพิ่มเติมในทรัพยากร เพื่อสร้างความเจริญเติบโต ซึ่งในความหมายของความเสี่ยงทางการเงินในที่นี้คือผลตอบแทนจากการลงทุนที่ไม่อาจคาดเดาได้

3) ความเสี่ยงของบุคคล (Personnel risk) เป็นความเสี่ยงจากการตัดสินใจของผู้บริหารในการใช้กลยุทธ์ และการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินงานขององค์กร ความเสี่ยงในที่นี้จะเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อหวังผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ธุรกิจอาจมีทางเลือกในการเผชิญกับความเสี่ยงได้หรือสามารถหลีกเลี่ยง และลดระดับความเสี่ยงขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ในสถานการณ์นั้นๆ

ธุรกิจสามารถดำเนินการเพื่อจัดการกับความเสี่ยงได้โดยมีการวิจัย และการประเมินปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงเพื่อลดความไม่แน่นอน การเข้าสู่ธุรกิจใหม่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง แต่ถ้าหากธุรกิจมีการวางแผน และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบก็จะสามารถทำให้ความเสี่ยงเหล่านั้นลดลงไปได้ และอาจใช้เทคนิคต่างๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เช่น การเข้าไปเป็นผู้นำหรือเข้าสู่ตลาดใหม่ด้วยช่องทางการขายที่แปลกใหม่ แต่การดำเนินงานใหม่ๆ ต้องทำด้วยความระมัดระวัง และเป็นไปอย่างรอบคอบ

วรากรณ์ สามโกเศศ (2546, น. 91-92) ได้กล่าวถึงผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จจะประกอบด้วย 6 ลักษณะ ลักษณะแรก ผู้บริหารจะเป็นผู้มองสินค้า การบริการและการบริหารเสมือนเป็นคนนอกมองเข้าไป และเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นคนที่มีความสำคัญมากที่สุด ลักษณะที่สอง มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจคน มีความสามารถในการต่อสู้ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ลักษณะที่สาม เข้าใจบทบาทของวัฒนธรรมองค์กร และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร ลักษณะที่สี่ มีความสามารถในการสร้างและปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง ลักษณะที่ห้า ความสามารถในการเลียนแบบ และการประยุกต์ใช้ให้

เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง ลักษณะที่หก มุ่งองค์ความรู้เป็นของตนเอง มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองและนำมาใช้ในธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยหลายประการประกอบกันโดยผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องมีครบทุกข้อ ซึ่งโดยทั่วไปคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ (ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs, 2552)

1. การเผชิญกับความเสี่ยง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการที่ชอบทำงานที่ทำทลายความรู้ความสามารถมักไม่ภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่ไม่มีความเสี่ยงเลย หรือหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป โดยทั่วไปผู้ประกอบการมักเลือกงานที่มีความเสี่ยงปานกลางซึ่งประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถที่จะบรรลุผลสำเร็จ และมีทางเลือกหลายทาง

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นในการใช้สติปัญญา ความสามารถทั้งหมดทำงานหนักทุ่มเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก

3. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องเป็นผู้มีความริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่ชอบกระทำในสิ่งซ้ำๆ แบบดั้งเดิม เป็นผู้เอาประสบการณ์ที่ผ่านมามานำประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม เป็นผู้เข้าใจถึงปัญหาแล้วหาแนวทางในการแก้ไข มีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากเดิม

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อมีการตั้งเป้าหมายถึงความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ความคิดผูกพันกับการเอาชนะเป้าหมาย มีการวางแผนกลยุทธ์ และเตรียมป้องกันที่จะเอาชนะอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่คือนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้

6. ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก มีการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ไม่ท้อแท้แม้ว่าต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นการนำความผิดพลาดในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำเอาไปประยุกต์ปรับปรุงใช้ในการทำงานให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม

8. มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวะการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระยะเริ่มทำ

ธุรกิจจะต้องรับบทเป็นผู้นำที่จะลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง รู้จักปรับเปลี่ยนการบริหารงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประสบความสำเร็จมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นในผลสำเร็จ และมีความทะเยอทะยาน

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้มีความสามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี และดูแลงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับผิดชอบในผลของการตัดสินใจไม่ว่าผลจะออกมาดีหรือไม่โดยมีความเชื่อว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากตนเองมิใช่เกิดจาก โชคลาภ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้เกิดขึ้น

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และพัฒนางานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม มีการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ ข้อมูลการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

14. กล้าตัดสินใจ และมีความมุมานะพยายาม มีความหนักแน่น กล้าตัดสินใจ เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีการทุ่มเทการทำงานอย่างสุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก

15. ไม่ตั้งความหวังกับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจมักใช้น้ำพักน้ำแรงของตนเอง จึงผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักเช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ มีการกำกับดูแลงานอย่างใกล้ชิดด้วยตนเอง

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก มีการวางแผนการทำงานในปัจจุบันอย่างรอบคอบ โดยไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นในความสามารถของคนที่จะปรับตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้

18. ไม่ทำอะไรเกินตัว รู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินความสามารถที่จะส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจ

19. มีความร่วมมือและแข่งขัน มีการร่วมมือกับกลุ่มบุคคล เช่น สมาคม ชมรมเพื่อช่วยเหลือพึ่งพาศักดิ์กัน และมีความสามารถในการแข่งขัน

20. มีความประหยัด ผู้ประกอบการต้องมีความประหยัด อดออมเพื่อนำเงินไปขยายกิจการในอนาคต

21. มีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้า และสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นเจ้านายที่ดีต่อลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ครอบครัว และรัฐในการเสียภาษีอากร

วรรณิ ชลนภาสถิต (2552, น. 9-10) กล่าวถึงผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จะต้องมีคุณสมบัติเปลี่ยนไปจากอดีตที่เริ่มต้นทำธุรกิจด้วยความชอบ หรือการถ่ายทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นความรู้เฉพาะด้านการผลิตเท่านั้น แต่ในภาวะปัจจุบันปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนดังนี้

1. มีความรอบรู้ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการเรื่องคน

2. กล้าสู้ เป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา ดังนั้นจึงต้องกล้าต่อสู้ ทุ่มเทงานและปัญหา

3. กล้าเสี่ยง แม้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่ก็ต้องใช้เงินของตนเองเป็นหลัก การใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดจึงมีมากเท่าๆ กับโอกาสความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นการทำทนาย ความเสี่ยง

เมคกุ๊กิน (2550, น. 31-41) กล่าวว่า เจ้าของธุรกิจ และผู้บริหารระดับสูงยุคใหม่ที่จะนำพาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืนจำเป็นต้องมีทักษะ 7 ประการคือ

1. ทักษะในการติดต่อกับผู้คน หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับผู้คนด้วยกิริยามารยาท ที่ดี มีความสุภาพอ่อนโยน ให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และทักษะการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มคนต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า ลูกจ้าง พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่แข่ง

2. มีความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง มีความเชื่อมั่น และเห็นคุณค่าในตนเอง

3. มีความรู้ด้านการเงิน หมายถึง มีความรู้ข้อมูลทางการเงิน และความเป็นไปของธุรกิจ มีทักษะพื้นฐานในการจัดทำบัญชี และมีความเข้าใจด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. มีทักษะและประสบการณ์ในวิชาชีพนั้นๆ หมายถึง การมีทักษะและประสบการณ์ในอาชีพที่ดำเนินอยู่ตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ

5. มีทักษะในการสื่อสารข้อความกับผู้อื่นให้ได้ความเข้าใจที่ตรงกัน หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ข้อความที่กระชับ ชัดเจน ได้ใจความ

6. มีความรู้ด้านการตลาด หมายถึง การมีทักษะและความสามารถด้านการตลาด ประกอบด้วย การใช้สื่อ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. มีทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินงาน เช่น การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การใช้อินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน

Hodgetts and Kuratko (1995, pp. 31-36) ได้เสนอคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของเจ้าของธุรกิจขนาดย่อม หรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะคือ

1. ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมคือ ความได้เปรียบด้านเทคนิคโดยเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่

2. ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถในการรับรู้และเข้าใจผู้ประกอบการจะใช้ความสามารถทางจิตใจในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการควรเป็นผู้มีความสามารถที่หลากหลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้จัดการธุรกิจในการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่างๆ ที่มีความสำคัญในการพัฒนาแผนงาน และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือความสามารถในการบูรณาการงานต่างๆ เข้าด้วยกัน

3. การแสวงหาโอกาส (Opportunity orientation) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและสามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตได้นั้น จะต้องเป็นผู้แสวงหาโอกาสมากกว่าการแสวงหาปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้าง หรือกลยุทธ์ สามารถเข้าใจปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่เป็นโอกาสเพื่อกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

4. ความคิดริเริ่ม และความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) การที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บุกเบิกสร้างธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้ที่มีรับผิดชอบต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ

5. ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากมีส่วนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการให้การยอมรับของบุคคลต่างๆ เช่น นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า และผู้ให้สินเชื่อ

6. ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวในอดีตมาแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยจะต้องมีความอดทน ไม่ผิดหวัง และมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอ

7. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง และจะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวเกิดขึ้นจากโชคชะตา แต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการควบคุมภายในของผู้ประกอบการเอง

8. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills) ผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีกับบุคคลอื่นๆ เช่น พนักงาน กลุ่มธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อความภารกิจของธุรกิจที่เข้าใจตรงกัน วิธีการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่างๆ และความมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

9. ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive) เป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นพยายามปฏิบัติงานด้วยความมีประสิทธิภาพ เป็นนักแสวงหาโอกาส กล้าเผชิญกับความเสี่ยง ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และพัฒนาความสำเร็จให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

10. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์วิธีการต่างๆ เช่น มีการคิดค้นพัฒนาทางด้านนวัตกรรม มีการสังเคราะห์หรือผสมผสานบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวิธีการทำงานใหม่ ๆ มีการขยายองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ของผู้อื่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

Allen (2006, pp. 12-13) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการประกอบด้วย

1. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบ และเผชิญต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว

2. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่างๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3. ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และรับผิดชอบต่อการตัดสินใจของตนเอง

4. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตน

5. ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนต่อสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ความไม่แน่นอนหรือความไม่ชัดเจนในปัจจัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ขึ้นอยู่กับลักษณะของกรอบความคิด และมุมมองของผู้ประกอบการแต่ละคนภายใต้สภาพแวดล้อม และลักษณะวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน นักวิชาการที่มีชื่อเสียงหลายท่าน (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 1996; Dess, Lumpkin, & Eisner, 2007) ได้เสนอ องค์กรประกอบที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการ บริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับ ความเสี่ยง ขณะที่นักวิชาการท่านอื่นๆ ได้นำเสนอองค์ประกอบเพิ่มเติม ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะใน การติดต่อสื่อสาร ความรู้ความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้เป็นที่ดี ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน และความซื่อสัตย์สุจริต

2.4 ลักษณะของสถานประกอบการ

Harms (2009) ได้นิยามลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของธุรกิจที่ ดำเนินการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้อยู่ในรูปของสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะสามารถสร้างให้ ธุรกิจเหล่านั้นเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์มุ่งผลิตภัณฑ์หรือมุ่งเน้นตลาด เป้าหมายรวมไปถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสนับสนุน ให้ธุรกิจมีการเติบโต โดยการศึกษาของ Harms เรื่อง การวิเคราะห์พหุตัวแปรลักษณะของธุรกิจที่ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้นำ และตลาดของธุรกิจ ได้นำเสนอลักษณะของธุรกิจที่ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วไว้ 7 ประการคือ

1. ความครอบคลุมของตลาด (Market coverage) คือความสามารถในการตอบสนองต่อ ตลาดในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วน หรือการตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากการ ใช้กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาด
2. ความเป็นสากล (Internationalization) คือระดับความสามารถในการขายสินค้าใน ตลาดระหว่างประเทศ
3. การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Management: EM) คือ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ
4. ราคา (Pricing) เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์สินค้า-ตลาด (Product - Market Strategy) ที่ธุรกิจจะต้องกำหนดราคาสินค้าในระดับสูง ระดับกลาง หรือระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่ง หรือการ ตั้งราคาสินค้าที่มีความแตกต่าง และลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้านั้น
5. นวัตกรรม (Innovation) คือการริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม และนำเสนอออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบ หรือไม่มีสินค้าอื่นมาทดแทนได้

6. การประสานงาน (Cooperation) คือความสามารถในการประสานงาน และความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ในการแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน การใช้เทคโนโลยี การเข้าสู่ตลาด การเสริมสร้างความรู้ทักษะ และเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่ศักยภาพทางธุรกิจ

7. การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource management) ประกอบด้วย การบริหารจัดการโดยวัตถุประสงค์ (Management by objective) การมีส่วนร่วมในความยุติธรรม (Participation in equity) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายค่าตอบแทนหรือสิ่งจูงใจแก่พนักงาน และความท้าทายต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Challenging work environment) คือการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเหมาะสม มีความยืดหยุ่น มีความท้าทาย ภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ

ประเด็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการได้มีผู้ที่ให้ความสำคัญ และมีการศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยมีการนำเอาทฤษฎีของการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง และมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายตามศาสตร์หลายๆ สาขา เช่น ด้านสังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา ประวัติศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (Mintzberg, 1973; Miller & Friesen, 1984; Miller, 1983, 1987; Lumpkin & Dess, 1996; Dess, Lumpkin, & Covin, 1997) กล่าวว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ สอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่านที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโต และประสิทธิภาพของธุรกิจ (Entrialgo, 2002; Krauss, Frese, Friedrich, & Unger, 2005; Ferreira & Azevedo, 2007; Lim, 2009; Kreiser & Davis, 2009; Amran et al., 2010) และปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ รวมไปถึงปัจจัยด้านขนาด เครือข่ายของธุรกิจ และระยะเวลาการดำเนินงานพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต และประสิทธิภาพของธุรกิจ (Evans, 1987; Kangasharju, 2000; Hashim et al., 2001; Kaikkonen, 2006; Priyanto, 2006; Fuller, 2008) การนำเสนอมติการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญของ Miller (1983) ประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้รับการยอมรับจากการศึกษาเป็นจำนวนมาก (Covin & Slevin, 1988, 1989; Lumpkin & Dess, 1996; Lee & Peterson, 2000; Kreiser et. al., 2002 (as cited in Lim, 2009)) ว่าการสร้างนวัตกรรม

การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ขณะที่ Lumpkin and Dess (1996) ได้นำเสนอเพิ่มเติมว่า การเป็นผู้ประกอบการควรมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน เป็นลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างกันและเป็นหลักสำคัญในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ระดับของการเป็นผู้ประกอบการจะอยู่ในรูปแบบของการดำเนินกลยุทธ์ที่มีความหลากหลายซึ่งล้วนแต่สร้างผลประโยชน์ให้แก่องค์กรธุรกิจรวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน (Zahra & Covin, 1995; Zahra & Garvis, 2000; Wiklund & Shepherd, 2005; Keh, Nguyen, & Ng, 2007) การยกระดับการเรียนรู้ขององค์กร (Zahra, Nielsen, & Bogner, 1999; Dess, Ireland, Zahra, Floyd, Janney, & Lane, 2003; Wang, 2008) และการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน (Covin & Miles, 1999) งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีดังนี้

Miller (1983) ศึกษาความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับลักษณะของธุรกิจ 3 ประเภท โดยการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงจำนวน 52 รายในเมืองมอนทรีออล (Montreal) ประเทศแคนาดา กลุ่มธุรกิจประเภทแรกเป็นธุรกิจที่มีลักษณะโครงสร้างการทำงานแบบง่ายโดยเจ้าของหรือผู้จัดการจะมีบทบาทในการทำงานมากที่สุดและเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ประเภทที่สองเป็นธุรกิจที่มุ่งให้ความสำคัญกับการวางแผน วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ขององค์กร และประเภทที่สามเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เช่น ลูกค้า สินค้าและบริการ เทคโนโลยี และการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการควบคุมของผู้จัดการและการรวมอำนาจมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่มีโครงสร้างการทำงานอย่างง่าย ปัจจัยด้านกลยุทธ์และเทคโนโลยีมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการวางแผน และปัจจัยด้านการรวมอำนาจ กลยุทธ์ และเทคโนโลยีมีผลต่อระดับการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และพบว่าการสร้างนวัตกรรมการทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท

Lumpkin and Dess (1996) ศึกษาโครงสร้างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพ โดยได้เสนอตัวแบบแนวคิดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 ปัจจัยได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรมการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจ และองค์กรเป็นปัจจัยแทรกซ้อนระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและประสิทธิภาพของธุรกิจ

การศึกษาการเติบโตของธุรกิจขนาดเล็ที่ทำมาความผันผวนของเศรษฐกิจมหภาค ในระหว่างปี 1988-1995 ในประเทศฟินแลนด์ของ Kangasharju (2000) ในมุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์ ศึกษาตัวอย่างที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็จำนวน 26,057 ราย ผลการวิจัยพบว่าช่วงอายุของธุรกิจมีผลกระทบต่อธุรกิจซึ่งธุรกิจใหม่จะมีความเป็นไปได้ในการเติบโตสูงกว่าธุรกิจอื่น เช่นเดียวกับเจ้าของหรือผู้จัดการที่มีอายุน้อยมีความเป็นไปได้ที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก โดยการเติบโตของธุรกิจเป็นผลกระทบจากธุรกิจและคุณลักษณะของเจ้าของหรือผู้จัดการ และพบว่าความผันผวนของเศรษฐกิจมีผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจขนาดเล็

การศึกษาของ Hashim, Wafa, and Sulaiman (2001) เรื่อง ลักษณะของสถานประกอบการและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ จำนวน 100 ราย ในประเทศมาเลเซีย สำหรับลักษณะของสถานประกอบการจะประกอบด้วย 2 ปัจจัย ปัจจัยแรกคือลักษณะของเจ้าของหรือผู้จัดการ และปัจจัยที่สองคือ องค์ประกอบของสถานประกอบการ โดยทั่วไป ผลการวิจัยพบว่าลักษณะของสถานประกอบการโดยทั่วไปได้แก่ อายุของธุรกิจ จำนวนของเจ้าของ ความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กร กระบวนการ เงินทุน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาของการได้รับความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจ ส่วนการศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจพบว่า การใช้กลยุทธ์ประเภทต่างๆ ได้แก่ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง การมุ่งตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และการเจริญเติบโตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเจริญเติบโตของอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

Entrialgo (2002) ศึกษาผลกระทบของการใช้กลยุทธ์ และลักษณะการบริหารงานของผู้ประกอบที่ประสบความสำเร็จ โดยการเก็บแบบสอบถามแบบมาตรวัดระดับทางไปรษณีย์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทต่างๆ ในประเทศสเปน จำนวน 2,500 ราย จากจำนวนทั้งหมด 16,000 รายที่มีการจ้างงานจำนวน 5-500 คน และการติดตามทางโทรศัพท์ไปยังผู้จัดการอีกประมาณ 1,000 ราย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 223 รายคิดเป็นร้อยละ 10 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการหาค่าความสัมพันธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ของธุรกิจตามแนวคิดของ Dess, Lumpkin, and Covin ที่ศึกษาในปี 1997 และลักษณะของผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและ ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมจะมีประสบการณ์ด้านการเงิน ด้านการตลาด และความรู้ด้านวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเมื่อพิจารณาคุณลักษณะ โดยทั่วไปของ

ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการพบว่ามีอายุ มีประสบการณ์การวิจัยและพัฒนา ระดับการศึกษา ความรู้ด้านวิศวกรรม และระยะเวลาดำรงตำแหน่งมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

Swierczek and Thanh Ha (2003) ศึกษาเรื่อง การจูงใจ การเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของ SMEs ในประเทศเวียดนาม เพื่อทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 306 ราย ใช้สถิติการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเวียดนามมีเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการจากความท้าทาย และความต้องการที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากกว่าปัจจัยความจำเป็นในการประกอบอาชีพ และความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ โดยเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และพบว่าเจ้าของ SMEs จะให้ความสำคัญกับกำไรสุทธิในช่วงเวลาระยะสั้นมากกว่าการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโต ข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาในการที่จะสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการในประเทศเวียดนามมีลักษณะคล้ายกับประเทศอื่นๆ เช่นเดียวกัน

Harada (2004) ศึกษาเรื่อง ผลผลิตภาพ และลักษณะของสถานประกอบการของธุรกิจใหม่ในประเทศญี่ปุ่น เพื่อประมาณการฟังก์ชันผลิตภาพของธุรกิจที่มีผลกระทบจากปัจจัยทุนมนุษย์ (Human capital) และเพศของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า อายุของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางลบต่อผลิตภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจะมีความสัมพันธ์ทางลบมากยิ่งขึ้นเมื่ออายุของผู้ประกอบการมากกว่า 60 ปีขึ้นไป และปัจจัยด้านประสบการณ์ทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลิตภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Walker and Brown (2004) ศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญต่อเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก Walker and Brown กล่าวว่าเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากมีแรงจูงใจในการเริ่มดำเนินธุรกิจจากพื้นฐานของวิถีชีวิต (Lifestyle) หรือปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจอาจสามารถวัดได้ทั้งปัจจัยทางการเงินและไม่ใช่ปัจจัยทางการเงิน ดังนั้นการศึกษาของเขาใช้ปัจจัยทั้งด้านการเงินและไม่ใช่ปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จ โดยสำรวจตัวอย่างที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็กจำนวน 290 รายในเขตตะวันตกของประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเงิน และรูปแบบการทำงานซึ่งไม่ใช่ปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยที่เจ้าของหรือผู้จัดการใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีปัจจัยที่ให้ความสำคัญคือ ความพึงพอใจ ความสำเร็จ ความภาคภูมิใจในงาน และความยืดหยุ่นในวิถีชีวิตมีความสำคัญต่อ

ความสำเร็จมากกว่าความมั่งคั่งของธุรกิจ ขณะที่ปัจจัยด้านบุคคล เช่น อายุ และปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจมีผลต่อการความสำเร็จของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กเช่นกัน

Krauss et al. (2005) ศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านจิตวิทยาที่เป็นโครงสร้างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ศึกษาตัวอย่างที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจในเมืองซิมบับเว (Zimbabwe) จำนวน 122 ราย และในประเทศแอฟริกาใต้ จำนวน 126 ราย รวม 248 ราย ทำการสัมภาษณ์เจ้าของหรือผู้จัดการที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical Regression) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยมีตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย การเรียนรู้ ความสำเร็จ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ระดับการแข่งขัน การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และความคิดริเริ่ม และตัวแปรประสิทธิภาพของธุรกิจพิจารณาจากการเติบโตของธุรกิจโดยวัดจากร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไร ลูกค้า และยอดขายเทียบกับปีก่อนหน้า จำนวนการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และการประเมิน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก ส่วนตัวแปรจำนวนปีที่ก่อตั้งธุรกิจ ประเภทธุรกิจ เงินทุนและสถานที่ตั้งได้กำหนดให้เป็นตัวแปรควบคุม ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน และการประเมินโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก โดยการเรียนรู้ และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของธุรกิจ ความสำเร็จและความคิดริเริ่มมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของธุรกิจและจำนวนการจ้างงาน และเมื่อวัดประสิทธิภาพจากการประเมิน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอกพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประสิทธิภาพส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดจัดอยู่ในปัจจัยเดียวกัน

Janssen (2006) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้จัดการที่ส่งผลต่อจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศเบลเยียม โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้จัดการวิสาหกิจจำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) ศึกษาปัจจัยคุณลักษณะ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยความเชี่ยวชาญ และที่มาของครอบครัว ปัจจัยการจูงใจ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยการทำงานเป็นทีมของผู้จัดการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดการที่มีประสบการณ์ด้านการตลาด การขาย และการวิจัยและพัฒนา และผู้จัดการที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบต่อจำนวนการจ้างงาน ส่วนผู้จัดการที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการให้คำแนะนำปรึกษา มีความคิดสร้างสรรค์ มีระดับการศึกษาสูง และมีภูมิลำเนาจากที่อื่นมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจ

Priyanto (2006) ได้นำเสนอตัวแบบเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจจากการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สภาพแวดล้อมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจฟาร์มในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ซึ่งพบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ซึ่งตัวแบบนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาในธุรกิจอื่นๆ ได้

Ferreira and Azevedo (2007) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถของการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดเล็กในปัจจัยคุณสมบัติของผู้ประกอบการทรัพยากรของธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ และลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตซึ่งจะวัดจากยอดขายและจำนวนการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในปี 2004 และ 2005 ดำรวจผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตขนาดเล็กในประเทศโปรตุเกส จากฐานข้อมูลในปี 2006 ใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัดระดับ 7 ระดับ เก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์จำนวน 825 ราย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และการถดถอยเชิงเส้น โดยผู้วิจัยได้แบ่งตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ประกอบการที่เจริญเติบโตรวดเร็วคือมีจำนวนยอดขาย และจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นมากกว่า ร้อยละ 25 และกลุ่มที่เจริญเติบโตช้าคือกลุ่มที่มีจำนวนยอดขาย และจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นต่ำกว่าร้อยละ 25 ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีการเติบโตช้า เมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์ธุรกิจที่เติบโตเร็วจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าซึ่งจะสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ ให้ความสำคัญในการเจริญเติบโต และคุณภาพการดำเนินธุรกิจ และผู้ประกอบการในธุรกิจที่เติบโตเร็วจะใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายและยืดหยุ่นตามสถานการณ์ต่างๆ เช่นเดียวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ความสามารถของธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรการก่อตั้งธุรกิจ การบริหารจัดการ จำนวนการจ้างงาน และเครือข่ายของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจเช่นเดียวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ นวัตกรรม (Innovativeness) ความเสี่ยง (Risk taking) และการทำงานเชิงรุก (Pro-activeness) ผลการศึกษาของ Ferreira and Azevedo มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Entrialgo (2002) and Krauss et al. (2005) ในด้านแนวความคิด และผลการวิจัยก่อนหน้า (Smallbone et. al., 1995; Lumpkin & Dess, 1996; Mostafa et al., 2006; Chow, 2006) Ferreira and Azevedo ยังได้พบว่า ตัวแปรขนาดของธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาตัวแปรอายุของธุรกิจพบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเจริญเติบโต

Pasanen (2007) ได้ทำการวิจัยโดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างการเติบโตจากการควบรวมกิจการ และการเติบโตที่มาจากวิสาหกิจ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารระดับสูงของวิสาหกิจที่มีการเติบโตจำนวน 110 รายในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศฟินแลนด์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า สามารถแยกองค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 การบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผน และลักษณะที่โดดเด่น องค์ประกอบที่ 2 ต้นทุนต่ำ และความร่วมมือกันกับหุ้นส่วนที่เชื่อถือได้ องค์ประกอบที่ 3 การเงิน องค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาสินค้าและการบริการหลังการขาย องค์ประกอบที่ 5 พนักงานที่มีทักษะและชื่อเสียงของวิสาหกิจ องค์ประกอบที่ 6 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า องค์ประกอบที่ 7 ความยืดหยุ่นของวิสาหกิจและความใกล้ชิดกับลูกค้า และทั้ง 7 องค์ประกอบไม่พบความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจทั้งสองกลุ่ม รวมถึงความต่างในการดำเนินกลยุทธ์ เช่น การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การสร้างนวัตกรรม และการร่วมมือกันภายในวิสาหกิจ โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่ารูปแบบการเติบโตของวิสาหกิจมีความสัมพันธ์กับลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Man, Lau and Snape (2008) ศึกษาความสามารถหลัก และประสิทธิภาพของสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ศึกษาเฉพาะความสามารถในการแข่งขันของสถานประกอบการประเภทภาคบริการ (Service sector) ในฮ่องกงที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน สัมภาษณ์เจ้าของและผู้จัดการ จำนวน 153 ราย และทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการแข่งขัน และความสามารถหลักขององค์กร ขณะเดียวกันก็พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์และบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความสามารถหลักขององค์กรเช่นเดียวกัน

Lim (2009) ศึกษาผู้ประกอบการ SMEs ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงโซล (Seoul) ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 140 ราย ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อประสิทธิภาพของธุรกิจบริการ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ที่เป็นมิติของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางบวกต่อประสิทธิภาพของธุรกิจเช่นเดียวกัน

งานวิจัยที่สำคัญของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009) เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของกลยุทธ์ จากการประเมินงานวิจัยในอดีต และข้อเสนอแนะในอนาคต ซึ่งเป็นการสังเคราะห์รายงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับประสิทธิภาพ และตัวแปรต้นกลางที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว จำนวน 51 เรื่อง จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 14,259 ราย ผลการวิจัยพบว่า

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจมาก และพบว่าขนาดของธุรกิจเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีขนาดเล็กมาก ในขณะที่ประเภทของอุตสาหกรรมถูกใช้เป็นตัวแปรควบคุม โดยไม่มีผู้ใดจัดให้เป็นตัวแปรคั่นกลาง ดังนั้นข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคตควรทำการศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจเพิ่มเพื่อชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของธุรกิจที่ดำเนินอยู่ ควรศึกษาข้อมูลตัดขวางทางยาว (Panel data) มีการรายงานเพิ่มในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และศึกษาตัวแปรคั่นกลางที่อาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพ เช่น อายุของธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมของแต่ละประเทศ กลยุทธ์ และโครงสร้างของธุรกิจ เป็นต้น โดยผลการสังเคราะห์จากการวิจัยของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese ได้สรุปแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศ ที่ศึกษา	ขนาดของสถาน ประกอบการ	ประเภทของ อุตสาหกรรม	ขนาด ตัวอย่าง
Danny Miller and Jean-Marie Toulouse (1986)	นวัตกรรม	แคนาดา	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	ผสม	97
Jeffrey G. Covin and Dennis P. Slevin (1986)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	76
N. Venkatraman (1989a) ^{1/}	ความสามารถในการแข่งขัน การวิเคราะห์ การป้องกัน อนาคต การทำงานเชิงรุก และความเสี่ยง	อเมริกา	-	ผสม	202
Jeffrey G. Covin and Teresa Joyce Covin (1990)	ความรุนแรงในการแข่งขัน	อเมริกา	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	143
Jeffrey G. Covin, J.E. Prescott, and D.P. Slevin (1990)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	ผสม	113

หมายเหตุ. ^{1/} ผู้แต่งคนเดียวเขียนเอกสารหลายเล่มในปีที่พิมพ์ซ้ำกัน

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shaker A. Zahra (1991)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	119
Shaker A. Zahra (1993)	นวัตกรรม	อเมริกา	-	ผสม	103
John L. Naman and Dennis P. Slevin (1993)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	82
Jeffrey G. Covin et al. (1994)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	91
Denise T. Smart and Jeffrey S. Conant (1994)	การเผชิญกับความเสี่ยง กิจกรรมการวางแผนกลยุทธ์ การระบุความต้องการของลูกค้า นวัตกรรม วิสัยทัศน์ การระบุปัจจัย ด้านโอกาส	อเมริกา	ขนาดเล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูง(ค้าปลีก)	599

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shaker A. Zahra (1996)	นวัตกรรม ความเสี่ยง และกลยุทธ์ที่ใช้	อเมริกา	ขนาดใหญ่	-	127
Shaker A. Zahra and Donald O. Neubaum (1998)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงเล็กมาก (ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กมาก)	ผสม	99
Hilton Barrett and Art Weinstein (1998)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กมากถึงขนาดใหญ่	ผสม	142
Richard C. Becherer and John G. Maurer (1999)	การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงเล็กมาก (ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กมาก)	ผสม	215
A. Richter (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และการบริหารจัดการด้วยตนเอง	เยอรมนี	ขนาดเล็กมาก	ผสม	208

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
K. Chadwick et al. (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	-	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้ เทคโนโลยี ขั้นสูง(ธนาคาร)	535
J. L. VanGelder (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และการบริหารจัดการด้วยตนเอง	ฟิจิ	ขนาดเล็กมาก	ผสม	71
Stanley F. Slater and John C. Narver (2000)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย และความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	-	ผสม	53
Phil E. Stetz et al. (2000)	การทำงานเชิงรุก การเผชิญความเสียหาย และอนาคต	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้ เทคโนโลยี ขั้นสูง (สุขภาพ)	865

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Li Haiyang, A.-G. Kwaku, and Z. Yan (2000)	นวัตกรรม ความแตกต่างทางการตลาด ความกว้างของตลาด และความสัมพันธ์กับตลาด	จีน	ขนาดเล็ก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	184
Shaker A. Zahra and Dennis M. Garvis (2000)	นวัตกรรม การเผชิญกับความไม่แน่นอน การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่	ผสม	98
Choonwoo Lee et al. (2001)	นวัตกรรม การเผชิญความไม่แน่นอน แนวโน้ม และการทำงานเชิงรุก	เกาหลี	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	137
G.T. Lumpkin and Gregory G. Dess (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความไม่แน่นอน การทำงานเชิงรุก และ ความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	-	ผสม	94
So-Jin Yoo (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความไม่แน่นอน การทำงานเชิงรุก	เกาหลี	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	เทคโนโลยี	277

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Gerard George et al. (2001)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก นวัตกรรม การบริหารจัดการด้วยตนเอง และความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	ขนาดกลาง และขนาดเล็ก	ธนาคาร	70
Kwaku Atuahene-Gima (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความสามารถในการแข่งขัน	ออสเตรเลีย	ขนาดเล็ก	ผสม	181
Louis Marino et al. (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	ฟินแลนด์ กรีซ อินโดนีเซีย เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน	ขนาดเล็ก และเล็กมาก	ผสม	647
Bruce H. Kemelgor (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	เนเธอร์แลนด์ และ อเมริกา	ขนาดเล็ก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	8

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Albert Caruana, Michael T. Ewing, and B. Ramaseshan (2002)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยงและความสามารถในการแข่งขัน	ออสเตรเลีย	ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่	อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (องค์กรสาธารณะ และองค์กรของรัฐ)	136
Patrick Kreiser, Louis Marino, and K. Mark Weaver (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	ออสเตรเลีย กอสตาริกา ฟินแลนด์ กรีซ อินโดนีเซีย เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ และ สวีเดน	ขนาดเล็ก และเล็กมาก	ผสม	1,671

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shahid N. Bhuian et al. (2003)	การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	-	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	231
Robert E. Morgan and Carolyn A. Strong (2003)	ความรุนแรงในการแข่งขัน การวิเคราะห์ การป้องกัน อนาคต การทำงานเชิงรุก และความเสี่ยง	สหราชอาณาจักร	ขนาดเล็กและ ขนาดใหญ่	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	149
Rainer Harms and Thomas Ehrmann (2003)	นวัตกรรม และความเสี่ยง	เยอรมนี	-	ผสม	82
G. Tomas M. Hult et al. (2003)	นวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	764
Johan Wiklund and Dean Shepherd (2003)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	สวีเดน	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	384
Rob Vitale, Joe Giglierano, and Morgan Miles (2003)	นวัตกรรม การจัดการความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	-	ผสม	89

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Fredric William Swierczek and Thai Thanh Ha (2003)	การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	เวียดนาม และ ประเทศไทย	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	ผสม	478
Dirk De Clercq, Harry J. Sapienza, and Hans Crijns (2003)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	เบลเยียม	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	92
M.Hult, Robert F.Hurley, and Gary A.Knight (2004)	นวัตกรรม ปรับปรุงจาก Hurley (1998) EO ปรับปรุงจาก Covin and Slevin (1989)	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	181
Pavlos Dimitratos et al. (2004)	การเผชิญความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	กรีซ	ผสม (ส่วนใหญ่ ขนาดเล็ก)	ผสม	152
Orlando C. Richard et al. (2004)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ส่วนใหญ่มีขนาด กลาง	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้ เทคโนโลยี ขั้นสูง (ธนาคาร)	153

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Erik Monsen (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความมี เอกภาพ	อเมริกา	ขนาดใหญ่	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูง(สุขภาพ)	1,505
Ari Jantunen, Kaisu Puumalainen, Sami Saarenketo, and Kalevi Kyläheiko (2005)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงาน เชิงรุก และนวัตกรรม	ฟินแลนด์	ขนาดเล็ก และขนาดใหญ่	ผสม	217
Justin Tan and David Tan (2005)	อนาคต การทำงานเชิงรุก ความเสี่ยงภัย การวิเคราะห์ และ การป้องกัน	จีน	ผสม	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้น สูง (อิเล็กทรอนิกส์)	104
J. B. Arbaugh, Larry W. Cox, and S. Michael Camp (2005)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน	17 ประเทศ	ขนาดเล็ก	ผสม	1,045
Johan Wiklund and Dean Shepherd (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	สวีเดน	ขนาดเล็กมาก	ผสม	413

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Wouter Stam and Tom Elfring (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	เนเธอร์แลนด์	ขนาดเล็กมาก	ซอฟต์แวร์	90
Jeffrey G. Covin et al. (2006)	การเผชิญความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กมาก ขนาดเล็ก และขนาดใหญ่	ผสม	110
June M.L. Poon, Raja Azimah Ainuddin, and Sa'odah haji Junit (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	มาเลเซีย	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	ผสม	96
Achim Walter et al. (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และความมั่นใจ	เยอรมนี	ขนาดเล็กมาก (เฉลี่ยพนักงาน 16 คน)	ผสม	149

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
A. Rauch, M. Frese, C. Koenig, and Z. M. Wang (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	จีน และ เยอรมนี	-	ผสม	364

ที่มา: Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009, pp. 768-773)

จากการสังเคราะห์การวิจัยในปี 1986-2006 ของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรด้านนวัตกรรม การเผชิญกับความเล็ง และการทำงานเชิงรุก เป็นตัวแปรที่ผู้ศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและเห็นว่าเป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่พึงมี โดยการศึกษาส่วนใหญ่พบในประเทศอเมริกามากที่สุด รองลงมาเป็นประเทศแถบยุโรป ขณะที่ประเทศในกลุ่มเอเชียพบว่ามีผู้ศึกษาจำนวนน้อยเฉพาะในประเทศจีน เกาหลี มาเลเซีย เวียดนาม และประเทศไทยบางส่วน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในประเภทของอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม Rauch et al. (2009) มีข้อเสนอแนะประเด็นที่น่าสนใจว่าควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญเพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Amran, Abdul, and Khairul (2010) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย โดยศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเกษตรกรรม 125 รายในรัฐเคดาห์ (Kedah) ประเทศมาเลเซียโดยใช้ฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกขององค์กรความร่วมมือของเกษตรกรภูมิภาค (Regional Farmer's Association) ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ ปี 1983-2009 สามารถสรุปปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ดังแสดงในตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 ปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของงานวิจัยที่สำคัญ

ผู้ศึกษา	ปัจจัยการวัด EO
Miller (1983)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Covin and Slevin (1989)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Lumpkin and Dess (1996)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lee and Peterson (2000)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Entrialgo (2002)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Krauss, Frese, Friedrich and Unger (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ความสามารถในการแข่งขัน การมุ่งการเรียนรู้ การมุ่งความสำเร็จ และความคิดริเริ่ม
Ferreira and Azevedo (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Dess, Lumkin, and Eisner (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lim (2009)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Kreiser and Davis (2009)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์
Amran et al. (2010)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

ส่วนการศึกษาในประเด็นลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจพบว่ามีการศึกษาที่มีบริบทแตกต่างกันออกไป เช่น การศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะของธุรกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างการวิจัย และพัฒนา และมูลค่าของธุรกิจ การศึกษาวิเคราะห์คุณลักษณะของธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วรวมทั้งผู้นำ และตลาดของธุรกิจการศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะของธุรกิจ และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อโครงสร้างเงินทุน (Pindado, De Queiroz, & De la Torre, 2010; Harms, 2009; De Vries, 2010) โดย De Vries (2010)

ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยปัจจัยกำไร โครงสร้างสินทรัพย์ สภาพคล่อง ความเสี่ยงของธุรกิจ การเจริญเติบโต และขนาดของธุรกิจ Pindado et al. (2010) ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยขนาดของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และส่วนแบ่งการตลาด ในขณะที่ Harms (2009) ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ความครอบคลุมของตลาด ความเป็นสากล การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ ราคาสินค้า นวัตกรรม การประสานงาน และการบริหารทรัพยากรบุคคล

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย

การศึกษาในประเทศไทยพบว่ามิงงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับคูณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในบริบทที่แตกต่างกัน รวมทั้งการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีดังนี้

Thanin Silpcharu (1992) ศึกษาคูณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่ประสบความสำเร็จตามแนวคิดของผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจากกรมอาชีวศึกษาให้เป็น “อาชีวศึกษาตัวอย่าง” จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 170 ราย ผลการวิจัยพบว่า คูณสมบัติที่มีนัยสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัย 6 ปัจจัย ได้แก่ การบริหารเวลา การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การควบคุมอารมณ์ ความรับผิดชอบในการแนะนำและการประเมินผลงาน ทักษะการสื่อสารด้านภาษา ความรู้ด้านเทคนิคและการบริการ

บุญชัย นพพรพิทักษ์ (2542) ศึกษาแนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคูณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดระยอง โดยศึกษากลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 93 ราย ผลการวิจัยพบว่า คูณลักษณะที่พึงประสงค์ที่มีความต้องการในระดับมาก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ความปลอดภัยในการทำงาน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่

การศึกษาการสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของสถานประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทยของ สุปราณี ศรีฉัตรากิมุข (2544) มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์บุคลิก ทักษะ ทักษะทางจิตวิทยา วิธีคิด ทักษะ และปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ ศึกษาผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ 554 ราย และผู้บริหารระดับรองเจ้าของกิจการ 498 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และการวิเคราะห์หือทธิพล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นบุคคลที่เชื่อว่าสามารถควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเองได้ (Internal Locus of Control) ไม่ว่าจะสภาพแวดล้อมจะเป็นอย่างไร ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีแนวโน้มที่จะพึ่งตนเองสูง

ใฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความอดทน ชอบแข่งขันกับตนเอง เชื่อมมั่นในตนเอง เรียนรู้จากความล้มเหลว และให้ความสนใจด้านการตลาดมากกว่าการผลิต มีเครือข่ายที่จะเข้าถึงโอกาสในธุรกิจ ขณะที่การทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของคุณภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดได้แก่ ทักษะในการดำเนินธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง และการตัดสินใจด้านการตลาด ส่วนความสามารถในการบริหารพบว่า ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์เป็นปัจจัยแรกที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

Cheasakul (2001) ศึกษาประสิทธิภาพขององค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ในปัจจัยด้านเจ้าของธุรกิจ กลยุทธ์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และโครงสร้างขององค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ศึกษาทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

ขวัญเชิญ ภาคฐิน (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม จากตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 272 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวนเงินทุน และนโยบายภาครัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ

กมลกานต์ เทพรานนท์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาตัวอย่างจำนวน 409 ราย ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรจำนวน 10 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัดพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2548) ศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยศึกษาตัวอย่างชุดแรกจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 30 ราย แล้วนำมาสร้างและพัฒนาแบบวัดกับตัวอย่างชุดที่สองจำนวน 544 ราย และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือวัดองค์ประกอบภาวะผู้นำประกอบด้วย 6 องค์ประกอบได้แก่ 1) การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา 2) การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น 3) การมีศีลธรรม

ในการประกอบการ 4) ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ 5) การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อบุคคล 6) การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ จากนั้นนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างชุดที่สามจำนวน 1,064 ราย ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกัน มีภาวะผู้นำต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงจะมีภาวะผู้นำโดยรวม และทั้ง 6 องค์ประกอบสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมคิด เจริญวงศ์ และคณะ (2549) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยต้องการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินกฤษฎี ศึกษาตัวอย่างจำนวน 250 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ความสำคัญกับกฤษฎี หรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อเอาชนะคู่แข่ง และผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับนวัตกรรม และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุกาวดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุริรัชนิกร, และสมมาตร จุลิกพงศ์ (2549) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคอุตสาหกรรม ในพื้นที่ 9 จังหวัดรวม 375 ตัวอย่าง โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ ความเสี่ยง เป้าหมาย และคุณลักษณะพื้นฐาน รวมทั้งศึกษาความสามารถทางการจัดการ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐานคือความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน มีเป้าหมาย มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสี่ยง และมีบุคลิกดีตามลำดับซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะธุรกิจที่ทำ และลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุกาวดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุริรัชนิกร, และสมมาตร จุลิกพงศ์ (2550) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคบริการ ในพื้นที่ 9 จังหวัดรวม 393 ตัวอย่าง โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ ความเสี่ยง เป้าหมาย และคุณลักษณะพื้นฐาน รวมทั้งศึกษาความสามารถทางการจัดการ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐานคือความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน มีมนุษยสัมพันธ์ มีเป้าหมาย มีความเสี่ยง และมีบุคลิกดีตามลำดับซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะธุรกิจที่ทำ และลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ

Tanvisuth (2007) ศึกษาเรื่อง การเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการค้าระหว่างประเทศซึ่งจะพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นโลกาภิวัตน์ ความสามารถในการเลียนแบบ และความยืดหยุ่นในการ

ใช้กลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน การเรียนรู้ทางเทคโนโลยี เครือข่าย และการติดต่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพของกลยุทธ์ ขณะเดียวกันยังพบว่าปัจจัย ด้านนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และความเป็นโลกาภิวัตน์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อ ประสิทธิภาพของธุรกิจ

Tonesakulrungruang (2007) ศึกษาการกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจ และ กลยุทธ์ การตลาดภายใต้โลกาภิวัตน์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย สํารวจ ผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมที่มีการส่งออก จำนวน 449 ราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน โลกาภิวัตน์ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และยุทธวิธี มีความสัมพันธ์ ต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม และการ ทำงานเชิงรุก เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

จรรยาภรณ์ พรหมคุณ (2551) ศึกษาปัจจัย และการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อ การเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการ ปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์กับการเจริญเติบโตตามแผนกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้า สำเร็จรูป จำนวน 240 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ในภาพ รวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือกลยุทธ์ด้านการผลิต

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.) ศึกษาคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจภาคการผลิต บริการ การค้า และการเกษตรทั้งในเขต กรุงเทพรและปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ใช้วิธีสุ่มแบบโควตา และแบบสะดวกจาก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นเจ้าของกิจการไม่เกิน 10 ปีและมีธุรกิจที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโต เดิมที่ไม่รวมธุรกิจแฟรนไชส์จำนวน 504 ตัวอย่าง ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ร่วมกับการเก็บ แบบสอบถามและวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์ปัจจัย และวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทุกภาคธุรกิจไม่มีความ แตกต่างกันในภาพรวม โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับคือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นใน ตนเอง มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทาง อารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า มีการศึกษาในประเด็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและ ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ คุณลักษณะของ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศ

การกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดภายใต้โลกาภิวัตน์ของวิสาหกิจ แนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมใน อุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในและทิศทางใหม่เพื่อพัฒนา ผู้ประกอบการวิสาหกิจของไทย โดยผลการวิจัยที่พบว่ามีคุณสมบัติที่สอดคล้องกันคือ ผู้ประกอบการที่ ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีภาวะผู้นำ และมีความขยันอดทน ขณะที่พบ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลที่มีต่อการเจริญเติบโตคือการศึกษาของ จรรยาภรณ์ พรหมคุณ (2551) ศึกษาปัจจัย และการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออก เสื้อผ้าสำเร็จรูป

2.7 การพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโต

การเจริญเติบโตมักมีความสัมพันธ์กับการสร้างความมั่งคั่ง การสร้างงาน และการ พัฒนาภูมิภาค Acs and Armington (2006) and Storey (2001) กล่าวถึงธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วว่าจะมีความสำเร็จในยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่ำร้อยละ 25 ในทุก 4 ปี หรืออย่างต่ำร้อยละ 15 สำหรับยอดขายในปัจจุบัน

ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ การเจริญเติบโตหมายถึงการเพิ่มขึ้นของผลผลิต และ ผลลัพธ์ที่ผสมผสานกันในหลายๆ ปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการเจริญเติบโต ได้แก่

- 1) การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี หมายถึงการพัฒนาความรู้ และวิธีการใหม่ๆ ในการผลิตสินค้า หรือบริการ หรือการมีกระบวนการใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ
- 2) การมีปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้น หมายถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในเทคโนโลยี หรือเครื่องจักร อุปกรณ์ใหม่ๆ
- 3) การมีจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น หมายถึงการมีจำนวนคนทำงานในองค์กรที่ เพิ่มขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาระดับความรู้ และทักษะของพนักงาน (Carneiro, 2007)

Robson and Bennett (2000) กล่าวว่า การเจริญเติบโตสามารถวัดได้ในหลายๆ ลักษณะ สำหรับนโยบายการวิจัยของรัฐบาลจำนวนมากและเช่นเดียวกับลักษณะทางเศรษฐศาสตร์ การเจริญเติบโตจะวัดโดยพิจารณาจากจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่ง ในหลายๆรัฐบาลล้วนแล้วแต่พิจารณาจากจำนวนการจ้างงานมากกว่าการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นเจ้าของ และผู้จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องให้ความสนใจในประสิทธิภาพของเงิน เช่นเดียวกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสนใจเพิ่มขึ้นในการจ้างงาน และการพัฒนาให้วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมมีการพัฒนาการเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจ และความได้เปรียบใน การแข่งขัน ดังนั้นการวัดการเจริญเติบโตอาจวัดได้จากยอดขาย หรือผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและ การวัดค่าอะไรที่เจ้าของธุรกิจให้ความสนใจ การวัดด้านกำไรอาจวัดได้หลายลักษณะ เช่น กำไรต่อ

พนักงาน กำไรวัดจากผลตอบแทนคิดเป็นร้อยละ หรือการเปลี่ยนแปลงของกำไรคิดเป็นร้อยละ อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Robson และ Bennett ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้ธุรกิจที่ปรึกษาภายนอกจากตัวอย่างจำนวน 2,474 ราย ได้ใช้เกณฑ์การวัดการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากร้อยละการเปลี่ยนแปลงของการจ้างงาน ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทน และร้อยละการเปลี่ยนแปลงของกำไรต่อพนักงาน

การศึกษาของ Moreno and Casillas (2000) (as cited in Moreno, & Casillas, 2007) กล่าวว่า การเติบโตของผู้ประกอบการจะแสดงถึงปัจจัยหลักที่เป็นคุณลักษณะ 2 ประการคือ 1) การมีประสบการณ์สูงของผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างขนาดของกิจการให้เจริญเติบโต 2) การมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโตภายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งอาจจะอยู่ระหว่าง 4 หรือ 5 ปี โดยอาจใช้ปัจจัยที่วัดได้ด้วยยอดขาย จำนวนการจ้างงาน และอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เจริญเติบโตเปรียบเทียบกับวิสาหกิจที่ไม่เจริญเติบโตของ Moreno and Casillas (2007) เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตของวิสาหกิจในประเทศสเปน ศึกษาตัวอย่างจำนวน 6,814 ราย และใช้เทคนิคการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) มาพิจารณาปัจจัยหรือตัวแปรที่เหมาะสมสำหรับการจำแนกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ขนาดของธุรกิจที่วัดได้จากปริมาณยอดขาย 2) อายุของธุรกิจ 3) ทรัพยากรทางการเงิน 4) ทรัพยากรของธุรกิจ โดยพิจารณาจากการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีนัยสำคัญในการจำแนกกลุ่ม ได้แก่ ขนาดของธุรกิจ รองลงมาคือ ทรัพยากรของธุรกิจ และ ทรัพยากรทางการเงินคือความสามารถในการชำระหนี้ และสภาพคล่อง ส่วนอายุของธุรกิจไม่พบว่าเป็นปัจจัยในการแยกความแตกต่างระหว่างกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 2 กลุ่ม

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการอันจะนำไปสู่การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และสามารถนำไปสู่การเจริญเติบโตของธุรกิจได้ต่อไปนั้น พบว่ามีผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโตของธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 มาตรฐานวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต

ผู้ศึกษา	มาตรฐานวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต
Evans, (1987)	จำนวนคนงานจ้างงาน ^{1/}
Samiee and Roth (1992)	ROA ^{2/} ROI ^{3/} และยอดขาย
Szymanski, Bharadwaj, and Varadarajan (1993)	ร้อยละส่วนแบ่งการตลาด และROI
Lumpkin and Dess (1996)	ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด กำไร ความพึงพอใจในภาพรวม และความพึงพอใจของผู้ถือหุ้น
Dess, Lumpkin, and Covin (1997)	ยอดขาย ROI และประสิทธิภาพรวมของธุรกิจเฉลี่ย 5 ปี
Robson and Bennett (2000)	อัตราผลตอบแทน จำนวนคนงานจ้างงาน และกำไรต่อพนักงาน ^{1/}
Hashim et al. (2001)	ยอดขาย จำนวนคนงานจ้างงาน กำไร สินทรัพย์ ทุน และดัชนีการวัดประสิทธิภาพของธุรกิจ (Business Performance Composite Index: BPCI) (BPCI=ROS+ROI+ROA/3) โดยใช้ข้อมูลจำนวน 5 ปี
Entrialgo (2002)	การเป็นผู้ประกอบการ
Waheeduzzaman and Dube (2003)	ยอดขาย และ ROS ^{4/}
Morrison and Ali (2003)	ยอดขาย และจำนวนคนงานจ้างงาน
Chung (2003)	ส่วนแบ่งการตลาด ยอดขาย และกำไร
Krauss et al. (2005)	ยอดขาย จำนวนคนงานจ้างงาน และกำไร (เปรียบเทียบจากปีก่อนหน้า)
Covin, Green, and Slevin (2006)	ยอดขายเฉลี่ย (3 ปี) ร่วมกับการคำนวณจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
Priyanto (2006)	ปริมาณผลผลิต กำไร และราคาต่อกิโลกรัม
Kaikkonen (2006)	ระดับของทัศนคติในความพยายามที่จะสามารถทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต
Moreno and Casillas (2007)	ขนาดของธุรกิจวัดจากปริมาณยอดขาย อายุของธุรกิจ การเงิน และทรัพยากรของธุรกิจ ^{1/}
Ferreira and Azevedo (2007)	ยอดขาย และจำนวนคนงานจ้างงาน ^{1/}

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

ผู้ศึกษา	มาตรวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต
Pleshko and Heiens (2008)	ROA และROI
Boohene et al. (2008)	ยอดขาย จำนวนคนงานจ้างงาน กำไร การคิดค้นและการพัฒนา ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม และต้นทุนการบริหารงาน
Salimath, Cullen, and Umesh (2008)	การเพิ่มขึ้นของกำไร และยอดขาย ^{1/}
Raymond (2008)	ปริมาณผลผลิต และกำไร
Lim (2009)	ระดับประสิทธิภาพเทียบกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์
Schilke et al. (2009)	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ผลตอบรับทางการตลาด และกำไร
Amran et al. (2010)	ROS เฉลี่ย 4 ปี
De Vries (2010)	มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Market-to-book Ratio)

หมายเหตุ. ^{1/} แสดงปัจจัยวัดการเจริญเติบโต

^{2/} อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Asset) = กำไรสุทธิ/สินทรัพย์รวม

^{3/} อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) = กำไรสุทธิ/เงินลงทุน

^{4/} อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sale) = กำไรสุทธิ/ยอดขาย

จากงานวิจัยข้างต้นทำให้สามารถพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโตซึ่งจัดเป็นตัวแปรตามสำหรับการวิจัย และเนื่องจากมาตรวัดบางตัว เช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROD) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และส่วนแบ่งทางการตลาด อาจทำการวัดได้ยาก ขณะที่ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตเป็นผลประกอบการที่ผู้ประกอบการสามารถประเมินได้โดยทั่วไป ดังนั้นการศึกษานี้ผู้วิจัยจะใช้การวัดการเจริญเติบโตของวิสาหกิจจากยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุนสินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของวิสาหกิจ โดยให้ผู้ประกอบการประเมินค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของสถานประกอบการในปี พ.ศ. 2551-2553

2.8 สรุป

ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง ภาวะเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้วิสาหกิจต่างๆ ต้องเผชิญกับความท้าทาย การบริหารจัดการวิสาหกิจให้เจริญเติบโตและอยู่รอด ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารที่มีความรอบรู้ มีความสามารถ และมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจึงจะนำพาให้วิสาหกิจเจริญเติบโตได้ การวิจัยในต่างประเทศและของไทยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ แต่การวิจัยนี้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจซึ่งพบว่ายังไม่มีผู้ใดทำการศึกษามาก่อน

การศึกษาที่ผ่านมาไม่ได้เปรียบเทียบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ แต่งานวิจัยนี้จะจำแนกให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจว่ามีรูปแบบอย่างไร

ส่วนการวัดประสิทธิภาพและความสำเร็จของการประกอบการที่ผ่านมาเป็นการวัดจากการประเมินค่าแบบมาตรวัดระดับของผู้ประกอบการ แต่การศึกษานี้จะวัดการเจริญเติบโตโดยพิจารณาจากการประเมินค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของสถานประกอบการในปี พ.ศ. 2551-2553 อย่างไรก็ตามประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการแม้ว่าจะมีผู้ที่เคยศึกษามาแล้ว แต่นักวิชาการหลายท่านแนะนำว่าควรต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อขยายองค์ความรู้ให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วยประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือ การทดสอบ เครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรและตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย แต่เนื่องจากการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรและการสร้างข้อถามสำหรับแบบสอบถาม ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย และผู้ประกอบการวิสาหกิจภาคการค้า ภาคการบริการ และภาคการผลิต ประชากรของการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย และผู้ประกอบการวิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ซึ่ง ณ สิ้นปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,913,167 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553, น. 4-1) แบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางจำนวน 18,384 ราย วิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน 2,893,715 ราย และอื่นๆ อีก 1,068 ราย

3.1.2 ตัวอย่าง

จากประชากรที่กล่าวถึงในข้อ 3.1.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นที่แม่นยำในการกำหนดตัวแปรและสร้างแบบสอบถาม การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจากผู้บริหารทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยจำนวน 16 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการประเภทละ 10 ราย รวมเป็น 30 ราย

ส่วนประชากรกลุ่มที่ 2 ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ไทย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,913,167 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553, น. 4-1) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.1 ในการศึกษาจะวิเคราะห์แยกตาม ประเภทของวิสาหกิจด้วย จึงตัดจำนวนที่ไม่ระบุประเภท 1,068 ออก เหลือจำนวนทั้งสิ้น 2,912,099 ราย

ตารางที่ 3.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามกลุ่มวิสาหกิจ

กลุ่มวิสาหกิจ	จำนวนวิสาหกิจ ขนาดกลาง (ราย)	จำนวนวิสาหกิจ ขนาดย่อม (ราย)	รวมจำนวน วิสาหกิจ (ราย)
1. ภาคการผลิต	5,946	539,152	545,098
2. ภาคการค้า	5,331	1,378,060	1,383,391
3. ภาคการบริการ	7,107	976,503	983,610
4. ไม่ระบุ	-	-	1,068
รวม	18,384	2,893,715	2,913,167

เนื่องจากจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางมีเพียง 18,384 ราย จากจำนวน 2,912,099 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.63 ซึ่งน้อยมาก จึงไม่สามารถกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยมีสัดส่วนจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อมตามสัดส่วนจำนวนในประชากรได้ ดังนั้นจึงไม่สามารถออกแบบการเลือกวิสาหกิจมาเป็นตัวอย่างเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมได้ จำเป็นต้องศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยแยกเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดย่อม การกำหนดขนาดของตัวอย่างจึงแยกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม

การกำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางจากประชากร 18,384 ราย โดยใช้สูตร Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$\text{สูตร } n \geq \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

กำหนดให้ n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างคือ

$$\begin{aligned} n &\geq \frac{18,384}{1 + 18,384 (0.05)^2} \\ &\geq 391.48 \sim 400 \text{ ราย} \end{aligned}$$

การกำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดย่อมจากประชากร 2,893,715 ราย โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$\begin{aligned} n &\geq \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &\geq \frac{2,893,715}{1 + 2,893,715 (0.05)^2} \\ &\geq 399.94 \sim 400 \text{ ราย} \end{aligned}$$

เนื่องจากการใช้ข้อมูลชื่อและที่อยู่ของวิสาหกิจในระเบียบจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าไม่ชัดเจนว่าแต่ละแห่งเป็นขนาดกลางหรือขนาดย่อม จึงส่งแบบสอบถามไป 5,000 ชุด ตามสัดส่วนจำนวนวิสาหกิจแต่ละประเภทเพื่อให้ได้จำนวนวิสาหกิจวิเคราะห์ไม่น้อยกว่า 800 ราย และในจำนวนนี้สามารถวิเคราะห์แยกตามขนาดและประเภทของวิสาหกิจได้ การเลือกชื่อวิสาหกิจที่จะส่งแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) จากระเบียบฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

3.2 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น เพื่อสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับข้อคิดเห็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง และประเภทของวิสาหกิจที่มีประสบการณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย และการประเมินคะแนนปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย

2. แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเติบโตของวิสาหกิจ โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ทฤษฎี การวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน รายละเอียดของแบบสอบถามเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง ระดับการศึกษา การฝึกอบรม และการได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ได้แก่ รูปแบบของสถานประกอบการ ระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ ลักษณะของสถานประกอบการ จำนวนการจ้างงาน จำนวนสินทรัพย์ถาวรสุทธิ และผลประกอบการเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ ความอดทน จริยธรรมทางธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง และการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นตัวแปรที่ได้จากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ ได้แก่ นวัตกรรมองค์การ เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด บุคลากรที่ดี ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน

และองค์การมีการทำงานเชิงรุก โดยเป็นตัวแปรที่ได้จากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น

3.3 การพัฒนาและการทดสอบเครื่องมือ

3.3.1 การพัฒนาเครื่องมือการวิจัย มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา

ขั้นที่ 2 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ และประสบการณ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแปร และแนวทางในการพัฒนาข้อคำถาม

ขั้นที่ 3 จัดทำแบบสอบถาม และพัฒนาเครื่องมือวัดแบบคำถามปลายปิด

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความตรงตามเนื้อหา (Validity) และนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย จึงมีการทดสอบความตรง และความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การทดสอบความตรง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งที่เป็นนักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการและบริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความคลอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษา โครงสร้างของแบบสอบถามและความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีรายนามดังนี้คือ

1) รองศาสตราจารย์ ดร.อุปถัมภ์ สายแสงจันทร์ ตำแหน่ง คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2) ดร.ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์เตือนภัยธุรกิจภาคเหนือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3) ดร.เดชา จาตุชนานันท์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

4) คุณเจษฎา ช.เจริญยิ่ง ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายสอบทานสินเชื่อ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

5) คุณวีรศักดิ์ บุญสิทธิ์ ตำแหน่ง หัวหน้าส่วนฝ่ายส่งเสริมโครงการตามนโยบายรัฐบาล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่ามี ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เสนอแนะให้เพิ่มเติมคำถามเกี่ยวกับภูมิหลังของ ผู้ประกอบการ และแนะนำการใช้ภาษาเพื่อสร้างความชัดเจนของคำถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการ ปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะดังกล่าว

2. การทดสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทดลองให้ตัวอย่างที่มีลักษณะ คล้ายตัวอย่างจริงจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของครอนบัก (Cronbach) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับที่ยอมรับได้ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	จำนวนด้าน	ความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ	11	0.890
ลักษณะของสถานประกอบการ	7	0.861
การเจริญเติบโต	5	0.651

จากตารางที่ 3.2 มาตรฐานวัดของคำถามที่ใช้วัดตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 11 ด้าน และลักษณะของสถานประกอบการจำนวน 7 ด้านมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 และ 0.861 แสดงว่ามาตรฐานวัดของคำถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับดีมาก ส่วนมาตรฐานวัดการเจริญเติบโตจำนวน 5 ด้านมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.651 ซึ่งมีความน้อยกว่ามาตรฐานวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการเนื่องจากการประเมินผล

ประกอบการในแต่ละด้านพบว่าข้อมูลเป็นการประมาณในรูปของร้อยละซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความแม่นยำของมาตรวัดและข้อมูลมีการกระจายสูงจึงอาจส่งผลให้มีค่าความเชื่อมั่นต่ำ อย่างไรก็ตามค่าที่ได้ดังกล่าวยังถือว่ามีความเชื่อมั่นในระดับดีเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. กำหนดรูปแบบการสัมภาษณ์ตามประเด็น โครงสร้างข้อถามที่ต้องการสัมภาษณ์โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด และการประเมินคะแนน
2. จัดส่งแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเองร่วมกับจัดส่งทางไปรษณีย์พร้อมซองติดแสตมป์เพื่อความสะดวกในการตอบกลับสำหรับผู้ที่ไม่สะดวกในการให้สัมภาษณ์
3. นัดหมายการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง หรือสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ล่วงหน้า
4. สรุปผลการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งที่ทำการสัมภาษณ์
5. วิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อมูล เรียบเรียงและสรุปผลการสัมภาษณ์

ข้อมูลจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. จัดทำเฉลยรหัสแบบสอบถามเพื่อการติดตาม และตรวจสอบข้อมูล
2. จัดส่งแบบสอบถามซึ่งจัดทำเป็นแบบธุรกิจตอบรับทางไปรษณีย์เพื่อความสะดวกในการตอบกลับ พร้อมทั้งส่งหนังสือขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลทางไปรษณีย์ไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล และติดตามข้อมูลทางไปรษณีย์หากพบว่าข้อมูลในแบบสอบถามไม่มีความครบถ้วนสมบูรณ์
4. ป้อนข้อมูลเข้าโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ต่อไป

3.5 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL: Linear Structure Relationship) วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์เพื่ออธิบายหรือบรรยายสรุปลักษณะของตัวอย่าง
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติที และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

3. การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) การกำหนดข้อมูลจำเพาะของตัวแบบ (Specification of the model) ตัวแบบสมการโครงสร้าง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝง โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแบบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear) เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive model) ระหว่างตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรภายใน (Endogenous Variables)

2) การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของตัวแบบ (Identification of the model) เป็นการศึกษาลักษณะการกำหนดค่าพารามิเตอร์ที่ยังไม่ทราบค่าในตัวแบบการวิจัยว่าเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์หรือไม่ ผู้วิจัยใช้เงื่อนไขกฎที่ (t - rule) นั่นคือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าจะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน และความแปรปรวนร่วมของตัวแปร โดยกฎที่ กล่าวไว้ว่า ตัวแบบจะระบุค่าได้พอดีเมื่อ $t \leq \frac{1}{2} (q+p) (q+p+1)$ และใช้กฎความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive rule) (Bollen, 1989)

3) การประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแบบ ผู้วิจัยใช้การประมาณค่าโดยวิธี ML (Maximum Likelihood) ซึ่งเป็นวิธีที่แพร่หลายที่สุด เนื่องจากมีความคงเส้นคงวา มีประสิทธิภาพ และเป็นอิสระจากมาตรวัด (Bollen, 1989, pp. 107-108)

4) การตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ (Goodness-of-fit measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของตัวแบบว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด ผู้ศึกษาได้ศึกษาการสังเคราะห์ข้อมูลการใช้เกณฑ์ดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบของ Hooper, Coughlan and Mullen (2008) และนักวิชาการท่านอื่นๆ (Hair et al., 1995; Hu & Bentler, 1999; Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Kline, 2005) ดังตารางที่ 3.3 เพื่อนำมากำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของการวิจัยครั้งนี้ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์ดัชนีการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ

ดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง	คำอธิบายดัชนีความสอดคล้อง
1. ไค-สแควร์ (Chi-Square statistics : χ^2)	- χ^2 ควรมีค่าต่ำ และไม่มีนัยสำคัญ ($p>0.05$)	ต้องพิจารณาประกอบกับดัชนีอื่นๆ อาจเกิดความลำเอียงเนื่องจากขนาดของตัวอย่าง
2. ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df)	- χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 (Tabachnik and Fidell, 2007) - χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 3 (Kline, 2005)	เนื่องจากจำนวนตัวอย่างมีผลต่อค่า χ^2 จึงควรนำค่า χ^2/df มาพิจารณา (Kline, 2005)
3. ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	- มีค่าต่ำกว่า 0.10 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องในระดับดี ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องในระดับดีมาก ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.01 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องในระดับดีเยี่ยม และถ้ามีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องอย่างแท้จริง (Hair et. al. 1995) - มีค่าระหว่าง 0.08 ถึง 0.10 หมายถึงตัวแบบสอดคล้องในระดับปานกลาง ถ้ามีค่าน้อยกว่า 0.08 หมายถึงตัวแบบสอดคล้องในระดับดี (MacCallum et al, 1996) - มีค่าน้อยกว่า 0.07 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hu and Bentler, 1999)	เป็นค่าที่บ่งบอกถึงความสอดคล้องของตัวแบบที่สร้างขึ้นกับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากร

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง	คำอธิบายดัชนีความสอดคล้อง
	- ค่าที่ดีมากควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าระหว่าง 0.08 ถึง 0.10 หมายถึงตัวแบบมีความสอดคล้องเพียงเล็กน้อย และค่าที่มากกว่า 0.10 แสดงว่าตัวแบบไม่สอดคล้อง (Diamantopoulos and Siguaw, 2000)	
4. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness-of-Fit Index : GFI)	- มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป - มีค่าตั้งแต่ 0.95 ขึ้นไป (Miles and Shevin, 1998) - มีค่ามากกว่า 0.90 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ค่ายิ่งมากแสดงว่าตัวแบบสอดคล้องในระดับดี
5. ดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adapted Goodness-of-Fit Index : AGFI)	- มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	อาจมีค่ามากกว่า 1 ได้เนื่องจากไม่ใช่ค่ามาตรฐาน มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับดัชนี GFI
6. ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR)	- มีค่าน้อยกว่า 0.05 (Byrne, 1998; Diamantopoulos and Siguaw, 2000) - มีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999)	เป็นค่ามาตรฐานของส่วนที่เหลือเฉลี่ยจากการเปรียบเทียบความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ ค่ายิ่งใกล้ 0 แสดงถึงตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง	คำอธิบายดัชนีความสอดคล้อง
7. ดัชนีวัดความ สอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ NFI (Normed-Fit Index)	- มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป (Bentler and Bonnet, 1980) - มีค่าตั้งแต่ 0.95 ขึ้นไป (Hu and Bentler, 1999)	เป็นดัชนีที่บอกว่าตัวแบบที่นำมาตรวจสอบ ดีกว่าตัวแบบที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน เลย มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1
8. ดัชนีวัดความ สอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ NNFI (Non-Normed-Fit Index)	- มีค่าตั้งแต่ 0.95 ขึ้นไป (Hu and Bentler, 1999)	เป็นดัชนีที่บอกว่าตัวแบบที่นำมาตรวจสอบ ดีกว่าตัวแบบที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน เลย อาจมีค่ามากกว่า 1 ได้เนื่องจากไม่ใช่ค่า มาตรฐาน
9. ดัชนีวัดความ สอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ CFI (Comparative Fit Index)	- มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป หรือเข้าใกล้ 1 - มีค่ามากกว่า 0.95 ขึ้นไป (Hu and Bentler, 1999)	เป็นดัชนีที่บอกว่าตัวแบบที่นำมาตรวจสอบ ดีกว่าตัวแบบที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน เลย มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1

หมายเหตุ. ปรับปรุงจาก Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. by Hooper, Coughlan and Mullen, 2008, *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), pp. 53-60.

จากข้อมูลการใช้เกณฑ์ดัชนีวัดความสอดคล้องของตัวแบบตามเกณฑ์ที่นักวิชาการต่างๆ ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 3.3 ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบโดยพิจารณาจากค่าดัชนีในระดับที่ยอมรับได้แสดงตารางที่ 3.4 ดังนี้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง

ดัชนี	ระดับการยอมรับ
1. สถิติไค-สแควร์ (χ^2)	ค่า P-value มากกว่า 0.05
2. χ^2/df	มีค่าน้อยกว่า 2.00
3. RMSEA	มีค่าน้อยกว่า 0.05
4. GFI	มีค่ามากกว่า 0.90
5. AGFI	มีค่ามากกว่า 0.90
6. SRMR	มีค่าน้อยกว่า 0.05
7. NFI	มีค่ามากกว่า 0.95
8. NNFI	มีค่ามากกว่า 0.95
9. CFI	มีค่ามากกว่า 0.95

5) การปรับตัวแบบ (Model adjustment)

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ว่ามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ และมีค่าใดแปลกเกินความเป็นจริงหรือไม่ รวมทั้งพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (Squared multiple correlation) ให้มีความเหมาะสม ตลอดจนพิจารณาค่าความสอดคล้องรวม (Overall fit) ของตัวแบบว่าโดยภาพรวมแล้วตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย และเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้น
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้น

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตามที่ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ร่วมกับการจัดส่งทางไปรษณีย์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละรายพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ ได้แก่ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และประธานหอการค้าไทยได้มอบหมายให้หัวหน้าส่วนราชการที่เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงเป็นผู้ให้ข้อมูลแทน โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และบางรายประสงค์จะกรอกแบบสัมภาษณ์เพื่อความชัดเจนของข้อมูล โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 5 ปีถึง 30 ปี มีประสบการณ์

ในวิสาหกิจภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร แฟชั่น พลังงาน ไฟฟ้า สิ่งพิมพ์ หล่อโลหะ สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ไม้ เซรามิก และกระดาษสา ภาคบริการ ได้แก่ ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว และสปา และภาคการค้าปลีกและค้าส่ง ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิสรุปได้ดังนี้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญมากในระบบเศรษฐกิจ เห็นได้จากที่ผ่านมามีทั้งภาครัฐและเอกชนได้สนับสนุนช่วยเหลือให้บุคคล หรือชุมชนหันมาประกอบธุรกิจผลิตสินค้าของตนเองซึ่งเป็นการสร้างอาชีพ และรายได้ให้แก่ตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐมีการสนับสนุนการประกอบอาชีพอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้นั้น มีจำนวนน้อยมากหรือไม่สามารถเติบโตได้ด้วยตัวเอง ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการใหม่ที่เริ่มต้นทำธุรกิจของตนเอง 100 รายจะมีเพียง 10 รายที่สามารถดำเนินธุรกิจได้จริงที่เหลือคือต้องออกจากธุรกิจ และจะสามารถเติบโตได้ต่อไปเพียง 1 ใน 30 รายในระยะเวลา 3 ปีแรกที่ดำเนินธุรกิจ โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทยพบว่า มีปัจจัยดังนี้

1) ด้านการเรียนรู้ ผู้ประกอบการที่ล้มเหลวสาเหตุส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขาดการเรียนรู้หรือหยุดการเรียนรู้ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านหนึ่งกล่าวว่า “คนที่มีความใฝ่รู้คือคนที่ถ้ามีอะไรก็นำมาดัดแปลงให้ดีขึ้น เท่าที่ได้สัมผัสวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองไทยจะถูกสอนมาให้ทำแบบนี้ก็จะทำอยู่อย่างนั้นโดยไม่เปลี่ยนแปลง และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองไทยยังติดอยู่กับความช่วยเหลือจากภาครัฐ จึงไม่ยอมโตสักที ทำอย่างไรเขาถึงจะอยู่ได้ด้วยตัวของเขาเอง” (วิศิษฐ์ ศรีจินตนา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2554) สอดคล้องกับความเห็นของ ฉัตรชัย บุญรัตน์ และศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ที่เห็นว่าผู้ประกอบการต้องใส่ใจที่จะเรียนรู้ตลอดเวลา ด้วยข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านทุนและกำลังคน ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ในด้านการตลาด คน เครือข่ายเทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องคิดและเรียนรู้เอง ธุรกิจจึงจะมีความแตกต่าง และเรียนรู้แบบเป็นรูปธรรม คือเรียนแล้วต้องนำไปทำจริงสามารถนำไปปฏิบัติจริง โดยปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่ที่ความไม่รู้ คือไม่รู้จักสินค้าของตนเอง ไม่รู้จักสินค้าของคนอื่น ไม่มีพันธมิตร คู่ค้าหรือเครือข่ายธุรกิจที่จะสามารถสนับสนุนพัฒนาสินค้าของตนเอง พัฒนาตลาด ยอดขาย และวิธีการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น (ฉัตรชัย บุญรัตน์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2554; ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554) ดังนั้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องเป็นบุคคลที่มีความสนใจใฝ่รู้ซึ่งจัดเป็นบุคลิกลักษณะเฉพาะของบุคคล เพราะธุรกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมจะต้องใช้คนให้น้อยที่สุด ให้มีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ การเรียนรู้ยังรวมถึงการติดตามความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

2) ด้านความรักและถนัดในธุรกิจที่ทำอยู่ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งหมายถึง ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ มียอดขายเพิ่มขึ้นและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนั้นประเด็นแรกผู้ประกอบการจะต้องรู้จักตนเองก็รู้จักว่าตนมีความพร้อมอะไร มีความชอบและความสามารถในด้านใด มีความรัก และชอบทำสิ่งใดมากที่สุดซึ่งจะทำให้มีใจรักในอาชีพสามารถทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้ ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ให้ความเห็นเพิ่มเติมถึงผู้ประกอบการว่าต้องทำธุรกิจที่ตนเองรักและมีความถนัด มีทักษะเฉพาะในการทำธุรกิจนั้น (Business specific characteristics) หรือการมีทักษะในการประกอบการ (Entrepreneurial skill) ในธุรกิจของตนเอง

3) ด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในธุรกิจที่ตนเองทำ ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความสามารถ มีความชำนาญในธุรกิจที่ตนเองทำเป็นอย่างดี มีความรอบรู้ในด้านบริหารจัดการ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สามารถวิเคราะห์ ตรวจสอบวัดผล และปรับปรุงงานของตนเองได้

4) ด้านจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินธุรกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านเห็นว่าเป็นประเด็นพื้นฐานในการทำธุรกิจ เนื่องจากประเด็นดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว เพื่อสร้างเสริมคุณค่า สร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจที่ดำเนินอยู่

5) ด้านการให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ ผู้ประกอบการที่จะบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตต้องให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ และการแสดงออกโดยเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านกล่าวว่า ต้องบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม มีการเปิดกว้างในการระดมความคิดเห็น รับฟังความคิดเห็นและใส่ใจกับผู้ร่วมงานทุกระดับ เป็นการสร้างค่านิยมที่ดีต่อผู้ร่วมงานให้รักองค์กร ให้มีความรู้สึกได้ถึงมีส่วนร่วมได้เสียและเป็นเจ้าของร่วมกัน

6) ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ หลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่า การมีเครือข่าย (Network) หรือความสามารถในการสร้างพันธมิตร เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะเครือข่ายทางธุรกิจสามารถสนับสนุนเกื้อหนุนซึ่งกันและกันได้ เป็นโอกาสทางธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันพบว่าลักษณะของผู้ประกอบการไทยมีลักษณะการทำงานแบบคนเดียว คือมองแต่ธุรกิจของตนเองเป็นหลัก ชอบทำงานกับตัวเองโดยลำพังไม่ชอบการรวมกลุ่มซึ่งถือเป็นจุดอ่อนและไม่มีอำนาจในการต่อรองใดๆ

นอกเหนือจาก 6 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ม.ร.ว. ปรีดิยาธร เทวกุล ได้ให้ทรรศนะที่แตกต่างเกี่ยวกับคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ และคุณสมบัติของสถานประกอบการที่มีต่อ

การเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่ามาจากปัจจัยพื้นฐานเดียวกัน โดยได้ยึดหลักการของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธซึ่งเห็นว่ามีเหมาะสมต่อการทำธุรกิจในบริบทของประเทศไทยซึ่งกิจการไม่ว่าจะมีขนาดใดจะต้องมีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือปัจจัยด้านลูกค้า พนักงาน และสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านลูกค้า ต้องเป็นกิจการที่ลูกค้ามีความไว้วางใจและพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะทำให้กิจการสามารถขายสินค้าได้ยาวนานและยั่งยืน (Sustainable) โดยคุณภาพสินค้าต้องคุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าจ่ายทั้งสินค้าและบริการ โดยกล่าวว่า “บางคนสินค้าดีแต่การบริการหลังการขาย (After sale service) ไม่ดีในที่สุดธุรกิจก็ไปไม่รอด และถ้าสินค้าและบริการมีความคุ้มค่าก็จะมี การพูดแบบปากต่อปาก ไม่เหมือนกับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กไม่สามารถทำได้เพราะไม่ได้ผลิตสินค้าจำนวนมาก ฉะนั้นการขายทางตรง ต้องขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีนโยบายการผลิตที่ดี และต้องทำให้เกิดความรู้สึกว่ากิจการ ไม่ได้เอาเปรียบลูกค้าเลย”

ปัจจัยด้านพนักงาน การให้ความสำคัญด้านพนักงานกิจการ โดยทั่วไปอาจคำนึงถึงเรื่อง เงินเดือนและค่าจ้าง โดยหลักการของเงินเดือนและค่าจ้างจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม และ กิจการต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือพนักงานรักองค์กร มีการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง มีสวัสดิการ ที่จำเป็นต่อชีวิตของพนักงาน ดังคำกล่าวว่า “กิจการขนาดเล็กจะมีความละเอียดอ่อนมากกว่ากิจการ ขนาดใหญ่ เพราะกิจการขนาดใหญ่มีการทำงานเป็นมาตรฐานแต่กิจการขนาดเล็กไม่ได้มีลักษณะ อย่างนั้น โดยเงินเดือนอาจขึ้นอยู่กับความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ เช่น บางกิจการมีเบี้ยขยัน หรือบางที่ให้ตามความพอใจของนายจ้างเพราะพนักงานคนนั้นไม่เคยขาดงานซึ่งเป็นเรื่อง ละเอียดอ่อน หรือบางแห่งอาจให้รางวัลแก่คนที่มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่กิจการ ขณะเดียวกันพนักงานมีความต้องการอะไรก็จะต้องให้ในสิ่งที่เขาต้องการ เช่น กิจการบางแห่งอยู่ ในถิ่นทุรกันดารเจ้าของกิจการอาจสร้างโรงเรียนให้ลูกของพนักงานแต่วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมโดยทั่วไปอาจทำไม่ได้ พนักงานมีความต้องการอะไรซึ่งแต่ละแห่งมีความต้องการไม่ เหมือนกัน บางแห่งพนักงานต้องเดินทางมาไกลก็ต้องจัดหอพักให้เช่าราคาถูก และถูกสุขลักษณะ บางโรงงานที่มีกลิ่นเหม็นก็จะมีอุปกรณ์ป้องกัน มีเวลาพักให้พนักงาน” ขณะเดียวกันก็ต้องสร้าง บรรยากาศในการทำงานให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และห่วงใยความรู้สึกของพนักงาน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมองในระดับ ชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นวิสาหกิจต้องพิจารณาว่าจะสามารถสร้างประโยชน์อะไรให้กับชุมชนได้ ซึ่งให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “กิจการขนาดใหญ่บางรายไปปลูกป่าเพื่อสร้างการยอมรับในการให้ ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ทำอย่างนั้นวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมต้องดูแลสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชน ให้ธุรกิจกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน น้อยที่สุดหรือไม่กระทบเลย ขณะเดียวกันก็ต้องมองว่าชุมชนต้องการอะไรมากที่สุดควิสาหกิจต้องมี แรงสนับสนุนจากชุมชนก่อน เช่น บางชุมชนไม่มีสถานที่เล่นกีฬาให้เด็กก็ไปสร้างสถานที่เล่นกีฬา ให้กับเด็ก ดังตัวอย่างวิสาหกิจกาแฟในภาคเหนือรายหนึ่งได้ช่วยเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟของตนเอง ในการสร้างสิ่งแวดล้อมในการดำรงชีวิตให้ชุมชนโดยสร้างสถานพยาบาล โรงเรียน และอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจได้ช่วยชุมชน และสังคม ส่งผลให้ทุกคนทั้งพนักงาน เกษตรกร และชุมชน มีความภาคภูมิใจ และรักองค์กร ถ้าโรงงานปล่อยน้ำเสียธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ ดังนั้นต้องมีความเกื้อกูล สังคมในขณะเดียวกันด้วย”

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโดยพื้นฐานของบริษัทขนาดใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมทั้งด้านสินค้าและบริการ พนักงาน และสังคมสิ่งแวดล้อมมีบริบทแตกต่างกัน วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีความละเอียดอ่อนมากกว่าบริษัทใหญ่ที่มีความได้เปรียบใน เรื่องสินค้าเพราะมีการวิจัยพัฒนาที่ดีกว่า มีมาตรฐานมากกว่าแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก็มีความได้เปรียบในด้านการบริการ หรือบริการหลังการขาย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องใช้ความเป็นมนุษย์ซึ่งจะช่วยให้งานดีและเติบโต ช่วยให้พนักงานรักองค์กร ช่วยกัน ทำงาน ช่วยกันประหยัดเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และความเป็นมนุษย์จะทำให้สังคมและ ชุมชนยอมรับเพราะหากสังคมไม่ยอมรับกิจการก็อยู่ไม่ได้ หรือต้องเผชิญกับปัญหาอยู่ตลอดเวลา (ปรีดิยาธร เทวกุล, ม.ร.ว., การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 เมษายน 2554)

นอกจากการสัมภาษณ์ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิระบุ คะแนน 0 ถึง 10 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการ เจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลที่ได้แสดงเป็นคะแนนเฉลี่ยจากค่าสูงสุดไป ต่ำสุดดังนี้

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย
1. การมีจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	9.6
2. การสร้างนวัตกรรม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	9.0
3. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม	9.0
4. ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี	9.0
5. การทำงานเชิงรุก	8.7
6. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	8.5
7. การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	8.5
8. ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว	8.3
9. การบริหารจัดการด้วยตนเอง	8.2
10. การสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารคนกับการบริหารงาน	8.0
11. การเผชิญกับการบริหารความเสี่ยง	7.8
12. ความเชื่อมั่นในการกระทำของตนเองที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว	7.8
13. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	7.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์มีทั้งสิ้นจำนวน 16 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในวิสาหกิจภาคอุตสาหกรรม รองลงมาภาคบริการ และภาคการค้าปลีกและค้าส่งตามลำดับ ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีถึง 40 ปี ผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย ดังนี้

1) ด้านความมุ่งมั่น และมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จโดยทั่วไปจะมีบุคลิกลักษณะที่สำคัญคือเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และเรียนรู้ด้านธุรกิจอยู่ตลอดโดยมีสาเหตุจากความต้องการที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจและมีความคิด ความต้องการที่จะขยายธุรกิจของตนเองอยู่อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวว่า กว่าที่ธุรกิจของตนเองจะเจริญเติบโตมาถึงทุกวันนี้ได้เป็นผลมาจากผู้ที่ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีการเรียนรู้ และหาความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และการลองผิดลองถูกเพื่อผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพเป็นที่พอใจ

2) มีการให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็น ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า ธุรกิจของตนเองเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเสมอ โดยมากมักเกี่ยวข้องในการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น การพัฒนาสินค้าใหม่ การดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งจะเป็นลักษณะการประชุมสื่อสารแบบสองทาง มีลักษณะการทำงานเสมือนว่าพนักงานทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกันและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

3) ด้านจริยธรรมและความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ การมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจหมายถึง การไม่เอาเปรียบต่อลูกค้า และพนักงานดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต สนั่น พรหมโคตร หนึ่งในผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันนี้ กล่าวว่า ธุรกิจของเขาซื่อสัตย์และยุติธรรมต่อลูกค้ามาโดยตลอด เช่น ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบจะปรับตัวขึ้นอยู่เสมอ แต่ธุรกิจของเขาก็ยังคงขายสินค้าในราคาเท่าเดิมเพราะเห็นแก่ลูกค้าที่มีรายได้น้อย เขากล่าวว่าสินค้าของเขาจะต้องตั้งราคาให้มากที่สุดและจะขึ้นราคาเป็นรายสุดท้ายเสมอ และจะไม่กักตุนสินค้าในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบซึ่งถือว่าการไม่เอาเปรียบและมีจริยธรรมต่อลูกค้า (สนั่น พรหมโคตร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2554)

4) ด้านการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ รู้จักแสวงหาถึงโอกาสต่างๆ เช่น การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รู้จักผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน แนวโน้มความต้องการของตลาดรวมไปถึงบุคคลที่หยิบยื่นโอกาสทางธุรกิจ และการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน จากคำกล่าวของ ดร.ไพบุลย์ ชำศิริพงษ์ กล่าวว่า “ถ้ามีความพร้อมทั้งตัวเรา โอกาสและทุน จะทำอะไรก็สำเร็จ ไม่ว่าจะเป็งานเล็กหรืองานใหญ่ทำได้หมดเปรียบเหมือนเงาตามตัว ถ้ามีความสามารถน้อยก็ทำงานขนาดเล็ก แต่ถ้ามีความสามารถมากก็ไปทำงานใหญ่ หรือไม่ก็ทำงานระดับชาติได้ เมื่อทำงานแล้วหากสถาบันการเงินเชื่อในความสามารถ และชื่อเสียงของเราก็สามารถให้ทุนสนับสนุนเราได้” ดร.ไพบุลย์ให้ความเห็นว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่จะส่งผลให้วิสาหกิจสามารถเติบโตได้นั้นมีพื้นฐานปัจจัยที่ไม่แตกต่างกันไม่ว่าประเภทธุรกิจนั้นจะอยู่ในภาคอุตสาหกรรม การค้าส่ง การค้าปลีก หรือภาคบริการ ส่วนการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เครือข่ายทางธุรกิจ และที่ตั้งของสถานประกอบการถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ได้รับ (ไพบุลย์ ชำศิริพงษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2554) สอดคล้องกับผู้ประกอบการรายหนึ่งได้แสวงหาโอกาสให้ธุรกิจตนเองได้ออกรายการทางโทรทัศน์จนทำให้ธุรกิจของตนเองมีชื่อเสียงมากขึ้นเป็นผลให้ธุรกิจเติบโตในด้านตลาดสามารถขยายสาขาเพิ่มขึ้น และพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เป็นแฟรนไชส์ปัจจุบันมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ

ผลการประเมินปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่คาดว่าจะมีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ คะแนนเต็ม 10 คะแนนได้ค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมีจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	9.8
2. การบริหารจัดการด้วยตนเอง	9.7
3. การสร้างนวัตกรรม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	9.6
4. ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว	9.6
5. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม	9.3
6. การทำงานเชิงรุก	9.2
7. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	9.2
8. ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี	9.1
9. ความเชื่อมั่นในการกระทำของตนเองที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว	8.7
10. การสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารคนกับการบริหารงาน	8.6
11. การเผชิญกับการบริหารความเสี่ยง	8.5
12. การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	8.4
13. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	8.2

สำหรับการกำหนดตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมของ Miller (1983) ซึ่งนำเสนอปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ 3 ประการคือ นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นตัวแปรในการศึกษารวมถึงการพิจารณาตัวแปรที่ได้จากการศึกษาข้อมูล 3 แหล่งคือ 1) ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ และ 3) ข้อมูลจากผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรดังนี้

1. เป็นตัวแปรที่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

2. เป็นตัวแปรที่ไม่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่เป็นตัวแปรที่มีความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กับความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

3. ตัวแปรที่ได้จากการประเมินความสำคัญ จากการพิจารณาระดับคะแนนพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิจะให้คะแนนต่ำกว่าผู้ประกอบการ โดยมีช่วงคะแนนตั้งแต่ 7.8 ถึง 9.6 คะแนน ในขณะที่ผู้ประกอบการจะให้คะแนนอยู่ในช่วง 8.2 ถึง 9.8 คะแนน ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีความสำคัญ โดยกำหนดเลือกตัวแปรของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.5 คะแนนขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 8.3) และเลือกตัวแปรของผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 9.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 8.7) และไม่ซ้ำกับตัวแปรที่เลือกในเกณฑ์ข้อ 1 และข้อ 2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของการวิจัยแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของการวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
เพศ	×	×	×	×	×
อายุ	×	×	×	×	×
ระดับการศึกษา	×	×	×	×	×
ประสบการณ์	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.2)	×
วิสัยทัศน์	×	×	×	×	×
เป้าหมาย	×	×	×	×	×
ความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการ ความเชี่ยวชาญ	✓	✓ (9.0)	×	✓ (9.1)	✓
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน	×	×	×	×	×
การสร้างนวัตกรรม	×	✓ (9.0)	×	✓ (9.6)	✓

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
การทำงานเชิงรุก	×	✓ (8.7)	×	✓ (9.2)	✓
ความสามารถในการ แข่งขัน	×	×	×	×	×
การบริหารความเสี่ยง	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.5)	×
การเรียนรู้	✓	×	✓	×	✓
ความอดทน	×	✓ (8.3)	✓	✓ (9.6)	✓
ความซื่อสัตย์	✓	✓ (9.6)	✓	✓ (9.8)	✓
ความต่ำเรีง	×	×	×	×	×
ระดับการแข่งขัน	×	×	×	×	×
ความคิดริเริ่ม	×	×	×	×	×
การวิเคราะห์	×	×	×	×	×
เครือข่ายของผู้ประกอบการ	✓	×	×	×	✓
การป้องกัน	×	×	×	×	×
การวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์	×	×	×	×	×
การระบุความต้องการของ ลูกค้า	×	×	×	×	×
การระบุปัจจัยด้าน โอกาส	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความแตกต่างทางการตลาด	×	×	×	×	×
กลยุทธ์การตลาด	×	×	×	×	×
ความกว้างของตลาด	×	×	×	×	×
การตัดสินใจด้าน การตลาด	×	×	×	×	×
ความสัมพันธ์กับตลาด	×	×	×	×	×
การบริหารเวลา	×	×	×	×	×
การบริหารความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล มนุษย์สัมพันธ์	×	×	×	×	×
การควบคุมอารมณ์	×	×	×	×	×
ความรับผิดชอบในการ แนะนำและการประเมิน ผลงาน	×	×	×	×	×
ทักษะการสื่อสารด้าน ภาษา	×	×	×	×	×
ความรู้ด้านเทคนิคและ การบริการ	×	×	×	×	×
ความมั่นใจ หรือเชื่อมั่น ในตนเอง	×	×	×	×	×
ความขยัน บากบั่น อดสาหัส	×	×	×	×	×
วุฒิภาวะทางอารมณ์	×	×	×	×	×
การประหยัด	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
พัฒนาและฝึกอบรม พนักงานอย่างต่อเนื่อง	×	×	×	×	×
ความเชื่อเรื่องโชค	×	×	×	×	×
ภาวะผู้นำ	×	×	×	×	×
บุคลิกภาพ	×	×	×	×	×
ความเป็นโลกาภิวัตน์	×	×	×	×	×
ความสามารถในการ ปรับตัว	×	×	×	×	×
ความรู้เข้าใจ	×	×	×	×	×
ความทะเยอทะยาน	×	×	×	×	×
ความเปิดเผย	×	×	×	×	×
ความร่วมมือ	×	×	×	×	×
การตัดสินใจ	×	×	×	×	×
ความสามารถในการ พึ่งพา	×	×	×	×	×
อำนาจทางสังคม	×	×	×	×	×
พลัง และความ กระตือรือร้น	×	×	×	×	×
ความพยายามอย่าง ต่อเนื่อง	×	×	×	×	×
ความเต็มใจในการ รับผิดชอบงาน	×	×	×	×	×
ความสามารถในการรับรู้	×	×	×	×	×
ความยืดหยุ่น	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความรักและความถนัดใน ธุรกิจที่ทำอยู่	✓	×	×	×	×
การให้อิสระแก่พนักงาน ในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจ	✓	×	✓	×	✓
ความมุ่งมั่นในความ สำเร็จ และความพยายาม	×	✓ (9.0)	✓	✓ (9.3)	✓
การแสวงหาโอกาสใน การทำธุรกิจ	×	×	✓	×	×
การบริหารจัดการด้วย ตนเอง	×	✓ (8.2)	×	✓ (9.7)	×
การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างการบริหารคนกับ การบริหารงาน	×	✓ (8.0)	×	✓ (8.6)	×
ความเชื่อมั่นในการ กระทำของตนต่อ ความสำเร็จหรือล้มเหลว	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.7)	×
การวิเคราะห์ตลาดและ คู่แข่ง	×	✓ (8.5)	×	✓ (9.2)	✓
การมีทักษะและความ สามารถในการติดต่อ สื่อสาร	×	✓ (8.5)	×	✓ (8.4)	×

จากตารางที่ 4.1 ตามที่ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรข้างต้นพบว่า มีตัวแปรที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 10 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ ความอดทน จริยธรรมทางธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ การให้

อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรการบริหารความเสี่ยงเป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ด้วยเนื่องจากเป็นตัวแปรสำคัญของ Miller ที่นำเสนอไว้ในปี 1983 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสรุปตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 11 ตัวแปร ได้แก่

1. ความสามารถในการบริหารจัดการ
2. การสร้างนวัตกรรม
3. การทำงานเชิงรุก
4. การเรียนรู้
5. ความอดทน
6. จริยธรรมทางธุรกิจ
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ
8. การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ
9. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
11. การบริหารความเสี่ยง

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่ามีประเด็นดังนี้

1) ด้านเงินทุน ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านเห็นพ้องกันว่า วิสาหกิจที่เริ่มต้นใหม่ จะต้องทำตามกำลังและเงินทุนของตนเองที่มีอยู่ จะต้องไม่กู้เงินมาทำธุรกิจหรือทำเกินกำลังของตนเองซึ่งจะส่งผลให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินทุนไม่มากเท่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ผู้ทรงคุณวุฒิรายหนึ่งกล่าวเพิ่มเติมถึงเงินทุนว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยต้องมีการปรับตัวเนื่องจากผลกระทบด้านการแข่งขันทั้งภายในประเทศ และการแข่งขันระหว่างประเทศโดยเฉพาะประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน แรงงาน และเทคโนโลยีจะมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่า และสินค้าที่ผลิตได้ในแต่ละประเทศจะมีความคล้ายคลึงกันซึ่งเป็นโลกแห่งการแข่งขันภายใต้นโยบายการค้าเสรี ดังนั้นความพร้อมด้านเงินทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการต่อยอดหรือผลักดันให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการเติบโตได้ไม่ว่าเงินนั้นจะมาจาก การกู้เงินมาลงทุน การระดมเงินจากผู้ถือหุ้น หรือเป็นเงินส่วนตัวก็ตาม

ผู้ทรงคุณวุฒิรายหนึ่ง ให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนว่า สถานประกอบการที่เริ่มต้นจากการเป็นคนกลางมาก่อนเมื่อรู้จักธุรกิจว่ามีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นใครบ้าง รู้จักแหล่งผู้ผลิต รู้จัก

รายละเอียดของสินค้า และรู้จักกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าแล้วก็อาจผันตัวเองมาเป็นผู้ผลิต หรือผู้จ้างผลิต โดยควรเริ่มจากเงินลงทุนไม่สูงมาก และไม่ควรถูกเงินมาลงทุน ควรแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นส่วนของการขยายการลงทุนเพิ่มทีละไม่มาก พร้อมกับต้องพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา (ศราวณีย์ ศรีเนาวรัตน์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

2) ด้านทำเลที่ตั้ง ธุรกิจจะต้องมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น มีสถานที่ผลิตใกล้แหล่งวัตถุดิบและผู้บริโภค ด้านการขายก็ควรใกล้คนกลางและลูกค้า มีการคมนาคมสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ มีพื้นฐานรองรับในระบบสาธารณูปโภค มีตลาดแรงงาน อยู่ในย่านธุรกิจที่สามารถเชื่อมโยงเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ (ศศิพิมล มงคล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2554)

3) ด้านนวัตกรรม สถานประกอบการต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่องและมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา พิศลยบุตร และ ดร.เดชา จาตุชนานันท์ กล่าวตรงกันว่าสถานประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมีวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปรับปรุงคุณภาพและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษดา พิศลยบุตร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2554; เดชา จาตุชนานันท์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 เมษายน 2554) ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ว่าเป็นการทำของใหม่ ถ้าเป็นของใหม่อย่างเดียวก็น่าจะไม่ประสบความสำเร็จก็ได้ แต่หากของใหม่นั้นมีประโยชน์เรียกว่าสิ่งประดิษฐ์ แต่ถ้าสิ่งนั้นเป็นของใหม่เป็นประโยชน์และเป็นสิ่งที่ดีต่อลูกค้า หรือการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าจึงจะเรียกว่าเป็นนวัตกรรมที่สมบูรณ์แบบ (ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554)

4) ด้านการตลาด สินค้าที่ผลิตได้ต้องมีตลาดรองรับ มีความต้องการของตลาด ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความแตกต่างและมีตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ต้องทำธุรกิจที่ต่างไปจากธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าซึ่งมีความได้เปรียบด้านทุน และการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economy of scale) ซึ่งจะมีประสิทธิภาพสูงกว่า ซึ่งถ้าสินค้าไม่มีความแตกต่างธุรกิจก็จะไปไม่รอด ดังนั้นต้องหาดตลาดเฉพาะ ไม่มองลูกค้าวงกว้างด้วยข้อจำกัดด้านทุน อีกทั้งคู่แข่งที่มีขนาดเดียวกันถ้าผลิตสินค้าเหมือนกันธุรกิจก็ไม้อาจโตได้ และต้องนำเสนอคุณค่าที่ดีให้แก่ลูกค้า (Better value offer) (ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554)

5) ด้านความสามารถหลักของธุรกิจ ธุรกิจที่เติบโตจะต้องมีความสามารถหลัก (Core competency) ของธุรกิจ หรือการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ (Strategic operation) ของธุรกิจที่เป็นความสามารถหลักแตกต่างจากธุรกิจอื่นโดยทั่วไป เช่น ธุรกิจขายปลีกสิ่งสำคัญที่สุดคือการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ หรือธุรกิจบางรายมีความสามารถหลักคือการเข้าถึงลูกค้า

ผลการประเมินความสำคัญของปัจจัยแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่คาดว่าจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถแสดงเป็นค่าเฉลี่ย โดยมีคะแนนเต็ม 10 คะแนน เรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมุ่งเน้นในด้านนวัตกรรมขององค์กร	9.0
2. บุคลากรของสถานประกอบการ	9.0
3. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน หรือความมีเอกภาพในการทำงาน	8.7
4. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	8.2
5. การมีเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ	7.2
6. จำนวนเงินทุนของสถานประกอบการ	6.5
7. ที่ตั้งของสถานประกอบการ	6.2
8. ประเภทของสถานประกอบการ	5.1
9. ช่วงอายุของสถานประกอบการ (Organization Life Cycle)	5.0
10. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนกู้ยืม การอบรม การออกร้าน ฯลฯ	4.8
11. อายุของสถานประกอบการ	4.5
12. การสนับสนุนจากทุนข้ามชาติ	3.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่ามีประเด็นดังนี้

1) ด้านความสามารถของทีมงาน หมายถึงพนักงานทั้งหมดขององค์กรมีความพร้อม มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน มีการทำงานเป็นทีม มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน โดยการทำงานเป็นทีม มีความสำคัญในทุกองค์กร เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน การมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทำงานภายใต้ความมุ่งมั่นเดียวกันจะเป็นส่วนเสริมสนับสนุน และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

2) ด้านการตลาด ปัจจัยด้านการตลาดเป็นหัวใจหลักของการทำธุรกิจเพราะเป็นพื้นฐานไปสู่การสร้างผลกำไร และความเจริญเติบโตให้แก่กิจการ หากผู้ประกอบการรายใดไม่มีกลยุทธ์ด้านการตลาดก็จะเป็นจุดอ่อนของธุรกิจ และไม่ประสบความสำเร็จในที่สุด โดยปัญหาด้านการตลาดพบว่าเป็นปัญหาหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ของประเทศไทยเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด มีลักษณะการผลิตสินค้าตามความต้องการ และความเชี่ยวชาญของตนเอง และพบว่าส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตได้นั้นมีความคล้ายคลึงกัน แต่เมื่อวิเคราะห์วิสาหกิจที่มีความเจริญเติบโต พบว่าส่วนใหญ่จะพัฒนาสินค้าของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากผู้อื่น และส่วนใหญ่มีการสร้างตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่รู้จักของตลาด

3) ด้านเครือข่ายของสถานประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานประกอบการที่จะเติบโตได้นั้นจะต้องมีเครือข่าย หรือมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีการรวมกลุ่มซึ่งหากมีความร่วมมือกันที่ดีแล้วต่างฝ่ายต่างก็จะได้รับประโยชน์โดยมีวิธีการที่หลากหลาย เช่น มีสถานที่ขายสินค้าอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันเพื่อขยายตลาดและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า มีการรวมกลุ่มเพื่อซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ต่ำและสร้างอำนาจในการต่อรองกับผู้ขายปัจจัยวัตถุดิบ การเข้าร่วมกับชมรมหรือสมาคมต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเสริมสร้างความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ประกอบการด้วยกันและแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ร่วมกันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในการสร้างสรรค์สินค้าและสนับสนุนธุรกิจให้มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

4) ด้านเงินทุน สถานประกอบการจะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินธุรกิจเพราะเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเป็นจริงและต้องอาศัยเงินทุนเช่นกันในการลงทุนเพิ่มเพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตมีขนาดใหญ่ขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวตรงกันว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจจะต้องมีเงินลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ ที่จำเป็น เช่น ค่าอาคารและสถานที่ ค่าอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องมือ ค่าสาธารณูปโภค ค่าโฆษณา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า เริ่มต้นดำเนินธุรกิจด้วยเงินทุนของตนเองทั้งหมด เริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กโดยไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐหรือกู้เงินจากสถาบันการเงินแต่อย่างใด ต่อมาเมื่อกิจการเริ่มมีชื่อเสียงจึงคิดขยายกิจการโดยนำเงินทุนของตนเองและเงินกู้จากสถาบันการเงินบางส่วนมาลงทุนเพื่อให้กิจการเจริญเติบโตและมีขนาดใหญ่ขึ้น

การประเมินความสำคัญของปัจจัยแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากการประเมินของผู้ประกอบการ คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้ค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมีเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ	9.2
2. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	9.1
3. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน หรือความมีเอกภาพในการทำงาน	8.9
4. จำนวนเงินทุนของสถานประกอบการ	8.9
5. บุคลากรของสถานประกอบการ	8.8
6. การมุ่งเน้นในด้านนวัตกรรมขององค์กร	8.2
7. ที่ตั้งของสถานประกอบการ	7.5
8. อายุของสถานประกอบการ	6.9
9. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนกู้ยืม การอบรม การออกร้าน ฯลฯ	6.8
10. ประเภทของสถานประกอบการ	6.5
11. ช่วงอายุของสถานประกอบการ (Organization Life Cycle)	5.8
12. การสนับสนุนจากทุนข้ามชาติ	5.0

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการประเมินคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามรายละเอียดที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 แล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรดังนี้

1. เป็นตัวแปรที่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

2. เป็นตัวแปรที่ไม่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่เป็นตัวแปรที่มีความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กับความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

3. ตัวแปรที่ได้จากการประเมินความสำคัญ จากข้อมูลพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิจะให้คะแนนอยู่ในช่วง 3.8 ถึง 9.0 คะแนนซึ่งต่ำกว่าการให้คะแนนของผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วง 5.0 ถึง 9.2 คะแนน ดังนั้นเพื่อความเหมาะสมในการเลือกตัวแปรที่มีเป็นจำนวนมากผู้วิจัยจะเลือกตัวแปรของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 6.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 5.1) และเลือกตัวแปรของ

ผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 7.5) โดยเป็นตัวแปรที่ไม่ซ้ำกับตัวแปรที่เลือกในเกณฑ์ข้อ 1 และข้อ 2

ตารางที่ 4.2 ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการของการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความครอบคลุมของตลาด	×	×	×	×	×
ความเป็นสากล	×	×	×	×	×
การบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการ	×	×	×	×	×
ราคาสินค้า	×	×	×	×	×
นวัตกรรม	✓	✓ (9.0)	×	✓ (8.2)	✓
การประสานงาน	×	×	×	×	×
การบริหารทรัพยากร บุคคล	×	×	×	×	×
ช่วงชีวิตของธุรกิจ	×	✓ (5.0)	×	✓ (5.8)	×
ประเภทของ สถานประกอบการ	×	✓ (5.1)	×	✓ (6.5)	×
ขนาดของสถาน ประกอบการ	×	×	×	×	×
อายุของสถาน ประกอบการ	×	✓ (4.5)	×	✓ (5.8)	×
จำนวนของเจ้าของ	×	×	×	×	×
โครงสร้างองค์กร	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
กระบวนการดำเนินงาน	×	×	×	×	×
กลยุทธ์	×	×	×	×	×
เงินทุน	✓	✓ (6.5)	✓	✓ (8.9)	✓
จำนวนการจ้างงาน	×	×	×	×	×
ระยะเวลาของการได้รับ ความช่วยเหลือ	×	×	×	×	×
เทคโนโลยี	×	×	×	×	×
วัฒนธรรม	×	×	×	×	×
เครือข่ายของสถาน ประกอบการ	×	✓ (7.2)	✓	✓ (9.2)	✓
ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
กลยุทธ์การตลาด	✓	×	✓	×	✓
ทำเลที่ตั้ง	×	✓ (6.2)	×	✓ (7.5)	×
ความสามารถหลักของ ธุรกิจ	✓	×	×	×	×
บุคลากร ทีมงาน	×	✓ (9.0)	✓	✓ (8.8)	✓
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	×	✓ (8.7)	×	✓ (8.9)	✓
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	×	✓ (8.2)	×	✓ (9.1)	✓
การได้รับการสนับสนุน จากภาครัฐ	×	✓ (4.8)	×	✓ (6.8)	×

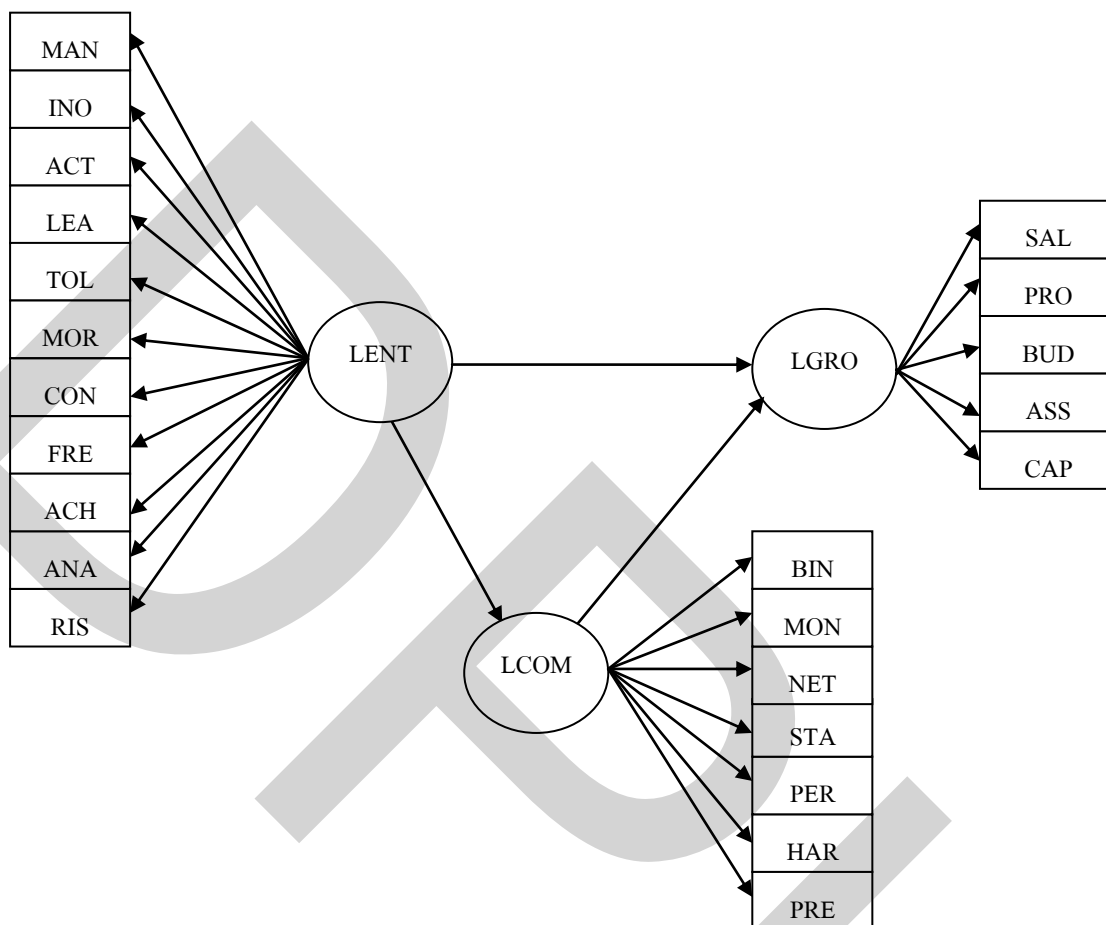
ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
การสนับสนุนจากทุนข้าม ชาติ	×	✓ (3.8)	×	✓ (5.0)	×

จากตารางที่ 4.2 จากการพิจารณาเกณฑ์การเลือกตัวแปรพบว่ามีตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญซึ่งใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 7 ตัวแปรดังนี้

1. นวัตกรรมองค์กร
2. เงินทุน
3. เครือข่ายของสถานประกอบการ
4. กลยุทธ์การตลาด
5. บุคลากรที่ดี
6. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน
7. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย และผลจากการศึกษาตัวแปรที่สำคัญที่ได้นำเสนอในตารางที่ 4.1 และ 4.2 ผู้วิจัยได้นำตัวแปรต่างๆมาสร้างเป็นแบบจำลองตามสมมติฐาน (Hypothesized model) ซึ่งเป็นแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในแบบจำลองสมมติฐานการวิจัย



แทน ตัวแปรแฝง



แทน ตัวแปรสังเกต



แทน ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม
โดยหัวลูกศรจะแสดงทิศทางของอิทธิพล

LENT หมายถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

LCOM หมายถึง ลักษณะของสถานประกอบการ

LGRO หมายถึง การเจริญเติบโต

MAN หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการ

INO หมายถึง การสร้างนวัตกรรม

ACT	หมายถึง การทำงานเชิงรุก
LEA	หมายถึง การเรียนรู้
TOL	หมายถึง ความอดทน
MOR	หมายถึง จริยธรรมทางธุรกิจ
CON	หมายถึง เครือข่ายของผู้ประกอบการ
FRE	หมายถึง การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและ ตัดสินใจ
ACH	หมายถึง ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม
ANA	หมายถึง การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
RIS	หมายถึง การบริหารความเสี่ยง
BIN	หมายถึง นวัตกรรมองค์กร
MON	หมายถึง เงินทุน
NET	หมายถึง เครือข่ายของสถานประกอบการ
STA	หมายถึง กลยุทธ์การตลาด
PER	หมายถึง บุคลากรที่ดี
HAR	หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน
PRE	หมายถึง องค์กรมีการทำงานเชิงรุก
SAL	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของยอดขาย
PRO	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ
BUD	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของเงินทุน
ASS	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม
CAP	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต

จากภาพที่ 4.1 ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยว่าแบบจำลองสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นจะมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีสมมติฐานย่อยตามเส้นทางอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต
2. ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตามที่คุณวิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางจากประชากร 18,384 ราย โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย และขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดย่อมจากประชากร 2,893,715 ราย ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 800 ราย ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นเป็นแบบธุรกิจตอบรับทางไปรษณีย์จำนวน 5,000 ชุดในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน – กรกฎาคม 2555 ผลจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พบว่า มีแบบสอบถามถูกตีกลับเนื่องจากสาเหตุการย้ายที่อยู่หรือปิดกิจการจำนวน 310 ชุด ขณะที่แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจำนวน 761 ชุดหรือคิดเป็นร้อยละ 15.2 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปแต่เป็นร้อยละ 95.1 ของขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากระดับความเชื่อมั่น 95 % ในจำนวนนี้มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และไม่สามารถติดตามทวงถามได้จำนวน 9 ชุด คงเหลือแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลได้จำนวน 752 ชุด รายละเอียดของแบบสอบถามที่ตอบกลับและมีความสมบูรณ์มีดังนี้

จากตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางที่กำหนดไว้ไม่ต่ำกว่า 400 ราย พบว่ามีการตอบกลับจำนวน 227 ราย (ร้อยละ 56.7) ในจำนวนนี้มีวิสาหกิจภาคการผลิต 85 ราย วิสาหกิจภาคการค้า 47 ราย และวิสาหกิจภาคการบริการ 95 ราย สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมที่กำหนดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 รายพบว่า มีการตอบกลับในจำนวนที่มากกว่าคือ 525 ราย (ร้อยละ 131.2) โดยมีตัวอย่างวิสาหกิจภาคการผลิต 130 ราย วิสาหกิจภาคการค้า 160 ราย และวิสาหกิจภาคการบริการ 235 ราย และพบว่าในจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโตมากกว่าไม่เจริญเติบโต หากพิจารณาเฉพาะยอดขายและกำไรสุทธิ สถานประกอบการที่เจริญเติบโตมีถึงร้อยละ 60

โดยสรุปแล้วตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละขนาดและแต่ละประเภทที่ได้ข้อมูลกลับมามีจำนวนมากพอ และมีทั้งวิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ตัวแบบทางสถิติได้ โดยวิสาหกิจขนาดกลางมี 227 ราย ขนาดย่อม 525 ราย ภาคการผลิต 215 ราย ภาคการค้า 207 ราย และภาคการบริการ 330 ราย โดยในกลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างต่ำกว่า 400 ราย เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนตามสูตรของ Yamane จะไม่มากกว่า 0.07

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ข้อมูลด้านเพศ อายุ ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง ระดับการศึกษาสูงสุด การศึกษาในต่างประเทศ ระดับการศึกษาในต่างประเทศ และข้อมูลภูมิหลังของการดำเนินกิจการ ผลการวิจัยมีดังนี้

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
หญิง	75	33.0	189	36.0	264	35.1
ชาย	152	67.0	336	64.0	488	64.9
2. อายุ						
20-30 ปี	15	6.6	29	5.5	44	6.0
31-35 ปี	25	11.0	54	10.3	79	10.5
36-40 ปี	23	10.1	92	17.5	115	15.3
41-45 ปี	31	13.7	94	17.9	125	16.6
46-50 ปี	41	18.1	87	16.6	128	17.0
51-55 ปี	42	18.5	65	12.4	107	14.2
56-60 ปี	24	10.6	74	14.1	98	13.0
มากกว่า 60 ปี	26	11.4	30	5.7	56	7.4
3. ตำแหน่ง						
เจ้าของ / หุ้นส่วน	130	57.3	427	81.3	557	74.1
ผู้บริหาร	97	42.7	98	18.7	195	25.9

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง						
1-5 ปี	62	27.3	167	31.8	229	30.5
6-10 ปี	45	19.8	150	28.6	195	25.9
11-15 ปี	35	15.4	61	11.6	96	12.8
16-20 ปี	33	14.5	63	12.0	96	12.8
21-25 ปี	17	7.5	40	7.6	57	7.6
26-30 ปี	28	12.3	20	3.8	48	6.4
มากกว่า 30 ปี	7	3.0	24	4.6	31	4.0
5. ระดับการศึกษาสูงสุด						
ประถมศึกษาตอนต้น	13	5.7	17	3.2	30	4.0
ประถมศึกษาตอนปลาย	-	-	11	2.1	11	1.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-	18	3.4	18	2.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	11	4.9	36	6.9	47	6.3
อนุปริญญา / ปวส.	11	4.9	20	3.8	31	4.0
ปริญญาตรี	94	41.4	280	53.3	374	49.7
ปริญญาโท	91	40.1	129	24.6	220	29.3
ปริญญาเอก	7	3.0	14	2.7	21	2.8
6. การศึกษาในต่างประเทศ						
ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศ	152	67.0	434	82.7	586	77.9
เคยศึกษาในต่างประเทศ	75	33.0	91	17.3	166	22.1

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ระดับการศึกษาในต่างประเทศ						
ประถม และมัธยมศึกษา	3	4.0	2	2.2	5	3.0
ปริญญาตรี	6	8.0	20	22.0	26	15.6
ปริญญาโท และปริญญาเอก	52	69.3	31	34.0	83	50.0
อื่นๆ เช่น หลักสูตรการอบรม ระยะสั้น และศึกษาดูงาน	14	18.7	38	41.8	52	31.4

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.9 มีการกระจายของอายุในช่วง 5 ปีระหว่าง 36 ถึง 60 ปีพอๆ กันคือระหว่างร้อยละ 13 ถึงร้อยละ 17 เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางจะมีอายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.6 ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีอายุอยู่ในช่วงที่น้อยกว่าคือ 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.0

เมื่อพิจารณาการดำรงตำแหน่งของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนมากถึงร้อยละ 74.1 โดยระยะเวลาการดำรงตำแหน่งประมาณ 1-10 ปี มีจำนวนสัดส่วนมากกว่าครึ่งของผู้ประกอบการทั้งหมดคือร้อยละ 56.4 ที่เหลือคือมีระยะเวลาดำรงตำแหน่ง 11-20 ปี และ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.6 และ 14.0 ตามลำดับ ขณะที่พบว่าผู้ประกอบการที่ดำรงตำแหน่งมากกว่า 30 ปีมีจำนวนน้อยมากเพียงร้อยละ 4.0 การกระจายของข้อมูลระยะเวลาการดำรงตำแหน่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีรูปแบบเดียวกันกับข้อมูลในภาพรวม

ข้อมูลด้านการศึกษาของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงคือสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทมากที่สุดถึงร้อยละ 79.0 ในจำนวนดังกล่าวเป็นการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 49.7 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากถึงร้อยละ 53.3 ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทพอๆ กันประมาณร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 77.9 ผู้ที่เคยศึกษาในต่างประเทศร้อยละ 50.0 เป็นการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก รองลงมา ร้อยละ 31.4 เป็นการอบรมระยะสั้นและการศึกษาดูงาน เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดวิสาหกิจพบว่า

สัดส่วนของการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกในต่างประเทศของผู้ประกอบการ วิชาชีพ
ขนาดกลางมีมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม



ตารางที่ 4.4 ภูมิหลังของการดำเนินกิจการ

ภูมิหลังของการดำเนินกิจการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว						
เป็นกิจการสืบทอดต่อจากครอบครัว	105	46.3	140	26.7	245	32.6
เป็นกิจการที่บุกเบิกด้วยตนเอง	122	53.7	385	73.3	507	67.4
2. การได้รับการสนับสนุน และช่วยเหลือกิจการต่อจากครอบครัว						
ไม่ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือใดๆ จากครอบครัว	10	9.5	13	9.3	23	9.4
ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากครอบครัวอยู่เสมอ	95	90.5	127	90.7	222	90.6
3. การสนับสนุนจากครอบครัว						
เงินทุน	74	-	103	-	177	-
ให้คำปรึกษา	86	-	114	-	200	-
แก้ปัญหาต่างๆ	60	-	83	-	143	-
4. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ						
ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน	86	37.9	268	51.0	354	47.1
มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่น	141	62.1	257	49.0	398	52.9

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลภูมิหลังของการดำเนินกิจการ พบว่า กิจการที่ดำเนินอยู่ทั้งที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ริเริ่มบุกเบิกธุรกิจด้วยตนเอง ในภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 67.4 วิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 53.7 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 73.3 และในจำนวนผู้ประกอบการที่สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัวมักเป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวอยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละถึง 90.6 โดยมักจะได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำปรึกษา เงินทุน และการแก้ปัญหาต่างๆ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการพบว่า สัดส่วนของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อนมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือร้อยละ 52.9 และ 47.1 อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจมาตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่นมากถึงร้อยละ 62.1 ขณะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนของการมีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

4.2.2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ได้แก่ รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ ประเภทและขนาดของสถานประกอบการ และผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลังของสถานประกอบการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 4.5 รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ

รูปแบบและระยะเวลาการ ก่อตั้ง	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบของสถาน ประกอบการ						
เจ้าของคนเดียว	37	16.3	136	25.9	173	23.0
บริษัทจำกัด	164	72.2	233	44.4	397	52.8
ห้างหุ้นส่วน	26	11.5	147	28.0	173	23.0
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	-	-	9	1.7	9	1.2

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้ง	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. ระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ						
1-5 ปี	21	9.3	110	20.9	131	17.4
6-10 ปี	32	14.1	150	28.6	182	24.2
11-15 ปี	22	9.7	49	9.3	71	9.4
16-20 ปี	45	19.8	97	18.5	142	18.9
21-25 ปี	31	13.6	45	8.6	76	10.1
26-30 ปี	29	12.8	22	4.2	51	6.8
มากกว่า 30 ปี	47	20.7	52	9.9	99	13.2

จากตารางที่ 4.5 พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัทจำกัดคิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ เจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนซึ่งมีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.2 เมื่อพิจารณาตามขนาดพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางเป็นบริษัทจำกัดสูงถึงร้อยละ 72.2 ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมเป็นบริษัทจำกัดร้อยละ 44.4

สำหรับระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการพบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการก่อตั้งไม่เกิน 10 ปีมีจำนวนถึงร้อยละ 41.6 โดยวิสาหกิจขนาดกลางมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจยาวกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม

ตารางที่ 4.6 ประเภทของสถานประกอบการ

ประเภทของสถาน ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การผลิต	85	37.4	130	24.8	215	28.6
2. การค้า	47	20.7	160	30.4	207	27.5
3. การบริการ	95	41.9	235	44.8	330	43.9
รวม	227	100.0	525	100.0	752	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในภาคการบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 ที่เหลือเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้าในจำนวนพอๆ กัน เมื่อพิจารณาแยกตามขนาด วิสาหกิจขนาดกลางมีภาคการบริการและภาคการผลิตต่างกันเล็กน้อย แต่สูงกว่าภาคการค้าเกือบ 2 เท่า ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นภาคบริการสูงสุดร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็นภาคการค้า ส่วนภาคการผลิตน้อยที่สุด

จากแบบสอบถามที่ให้สถานประกอบการระบุร้อยละของผลประกอบการในด้าน ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นร้อยละเท่าใด เมื่อเทียบกับปีก่อนหรือผลประกอบการเท่าเดิม จากตัวเลขร้อยละของการเพิ่มขึ้นซึ่งจะให้ เครื่องหมายบวก และร้อยละที่ลดลงซึ่งให้เครื่องหมายลบนำมาหาค่าเฉลี่ยของทั้ง 3 ช่วงปี (ปี 2551 เทียบกับปี 2550 ปี 2552 เทียบกับปี 2551 และปี 2553 เทียบกับปี 2552) หากค่าเฉลี่ยเป็นบวกถือว่ามี การเจริญเติบโต หากค่าเฉลี่ยเป็นลบถือว่าไม่เจริญเติบโต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 หรือใกล้ 0 ถือว่าเท่าเดิม ผลการวิเคราะห์แสดงตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลัง 4 ปี (พ.ศ.2550-2553) ของสถานประกอบการ

ผลประกอบการเฉลี่ย	เติบโต		ไม่เติบโต		เท่าเดิม		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ยอดขาย	498	66.2	173	23.0	78	10.3	3	0.4
2. กำไรสุทธิ	465	61.8	176	23.4	76	10.1	35	4.6
3. เงินทุน	294	39.1	48	6.3	315	41.9	95	12.6
4. สินทรัพย์รวม	367	48.8	54	7.1	222	29.5	109	14.5
5. กำลัการผลิต	249	33.1	73	9.7	258	34.3	172	22.8

ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโต โดยมีการเติบโตในด้าน ยอดขาย ร้อยละ 66.2 กำไรสุทธิ ร้อยละ 61.8 และสินทรัพย์รวม ร้อยละ 48.8 สำหรับเงินทุนส่วน ใหญ่เท่าเดิม ร้อยละ 41.9 สำหรับกำลัการผลิตสัดส่วนของการเติบโตและเท่าเดิมพอๆ กัน คิดเป็น ร้อยละ 33.1 และ 34.3 ตามลำดับ

4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

การคิดระดับคะแนนของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจแต่ละด้านที่มี คะแนนเต็ม 5 มาจากการตอบข้อคำถาม 5 ข้อ แต่ละข้อให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าใช่หรือไม่ใช่ ซึ่งหมายถึงมีการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติแล้วแปลเป็นคะแนน 1 หากตอบว่าใช่ หรือ 0 หากตอบว่า ไม่ใช่และไม่แน่ใจ ผู้วิจัยได้แปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยจัดแบ่งค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21-5.00 หมายถึง มีคุณลักษณะมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41-4.20 หมายถึง มีคุณลักษณะมาก

ระดับคะแนน 2.61-3.40 หมายถึง มีคุณลักษณะปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81-2.60 หมายถึง มีคุณลักษณะน้อย

ระดับคะแนน 1.00-1.80 หมายถึง มีคุณลักษณะน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n=752)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ความสามารถในการบริหารจัดการ	3.68	1.17	มาก
2. การสร้างนวัตกรรม	4.28	1.02	มากที่สุด
3. การทำงานเชิงรุก	3.94	1.15	มาก
4. การเรียนรู้	4.26	1.07	มากที่สุด
5. ความอดทน	4.12	1.12	มาก
6. จริยธรรมทางธุรกิจ	4.01	1.04	มาก
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ	3.00	1.41	ปานกลาง
8. การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	3.82	1.19	มาก
9. ความมุ่งมั่น ฯ	3.84	1.14	มาก
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	3.93	1.37	มาก
11. การบริหารความเสี่ยง	2.94	1.52	ปานกลาง
รวม	3.80	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมทั้ง 11 ด้านมีค่าเฉลี่ย 3.80 อยู่ในระดับมาก มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 คิดเป็นร้อยละ 19.47 ของค่าเฉลี่ย แสดงว่าผู้ประกอบการมีการปฏิบัติที่เป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ไม่แตกต่างกันมากนัก และเมื่อนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมพบว่ามีค่า 0.16 แสดงถึงคุณลักษณะแต่ละด้านมีการกระจายพอๆ กัน ส่วนการพิจารณาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจำแนกตามรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติด้านการสร้างนวัตกรรมในระดับมากที่สุด ลำดับรองลงไปคือการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.28 และ 4.26 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีการปฏิบัติ น้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.94 และลำดับ ถัดขึ้นไปเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ
จำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ

คุณลักษณะ ของการเป็น ผู้ประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลาง (n=227)			วิสาหกิจขนาดย่อม (n=525)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. ความสามารถในการบริหารจัดการ	3.81	1.07	มาก	3.62	1.21	มาก
2. การสร้างนวัตกรรม	4.49	0.93	มากที่สุด	4.19	1.04	มาก
3. การทำงานเชิงรุก	4.14	1.11	มาก	3.86	1.16	มาก
4. การเรียนรู้	4.42	1.07	มากที่สุด	4.18	1.06	มาก
5. ความอดทน	4.36	0.95	มากที่สุด	4.02	1.17	มาก
6. จริยธรรมทางธุรกิจ	4.06	1.12	มาก	3.99	1.01	มาก
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ	3.16	1.28	ปานกลาง	2.93	1.46	ปานกลาง
8. การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	3.75	1.24	มาก	3.85	1.17	มาก
9. ความมุ่งมั่น ฯ	4.11	1.11	มาก	3.72	1.14	มาก
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	4.16	1.19	มาก	3.83	1.43	มาก
11. การบริหารความเสี่ยง	3.18	1.44	ปานกลาง	2.84	1.55	ปานกลาง
รวม	3.97	0.75	มาก	3.73	0.72	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจจำแนกตามขนาดกลางและขนาดย่อมมีการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมทั้ง 11 ด้านไม่แตกต่างกันคือมีค่าเฉลี่ยคะแนน 3.97 และ 3.73 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมไม่

ต่างกันคือ 0.75 และ 0.72 หรือประมาณร้อยละ 18.50 ของค่าเฉลี่ย เช่นเดียวกับการนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมจำแนกตามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่ามีความเท่ากับ 0.14 และ 0.18 แสดงถึงข้อมูลคุณลักษณะมีการกระจายไม่ต่างกันมาก

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนใหญ่ (8 ใน 11 ด้าน) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนวิสาหกิจขนาดกลางต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม หมายความว่า การกระจายของข้อมูลในด้านเหล่านั้นของวิสาหกิจขนาดกลางมีน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม

4.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

การคิดระดับคะแนนของลักษณะของสถานประกอบการ ทำเช่นเดียวกับระดับคะแนนของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยลักษณะแต่ละด้านมีข้อคำถาม 5 ข้อ แต่ละข้อหากมีการปฏิบัติเป็นคะแนน 1 ไม่ปฏิบัติและไม่แน่ใจเป็น 0 และความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนเป็นเช่นเดียวกับที่ปรากฏในหัวข้อที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของลักษณะของสถานประกอบการ

ลักษณะของสถานประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n=752)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. นวัตกรรมองค์กร	3.72	1.48	มาก
2. เงินทุน	2.95	1.75	ปานกลาง
3. เครือข่ายของสถานประกอบการ	3.14	1.58	ปานกลาง
4. กลยุทธ์การตลาด	3.37	1.47	ปานกลาง
5. บุคลากรที่ดี	3.33	1.56	ปานกลาง
6. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	3.85	1.44	มาก
7. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	3.44	1.56	มาก
รวม	3.40	1.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ลักษณะของสถานประกอบการในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 คิดเป็นร้อยละ 31.47 ของค่าเฉลี่ย แสดงว่าระดับการปฏิบัติที่เกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการในภาพรวมมี

การกระจายสูง อย่างไรก็ตามเมื่อนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ค่าเท่ากับ 0.10 แสดงถึงลักษณะแต่ละด้านมีการกระจายที่ไม่แตกต่างกันมาก

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าสถานประกอบการมีการปฏิบัติในด้านความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน นวัตกรรมองค์กร และองค์กรมีการทำงานเชิงรุกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 3.85 3.72 และ 3.44 ตามลำดับ และคุณลักษณะด้านนวัตกรรมองค์กรของสถานประกอบการมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนลักษณะของสถานประกอบการด้านอื่นๆ พบว่ามีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน โดยลักษณะด้านเงินทุนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของลักษณะของสถานประกอบการจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ

ลักษณะของ สถานประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลาง (n=227)			วิสาหกิจขนาดย่อม (n=525)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. นวัตกรรมองค์กร	4.03	1.36	มาก	3.59	1.50	มาก
2. เงินทุน	3.64	1.52	มาก	2.66	1.76	ปาน กลาง
3. เครือข่ายของสถาน ประกอบการ	3.59	1.41	มาก	2.94	1.61	ปาน กลาง
4. กลยุทธ์การตลาด	3.46	1.41	มาก	3.33	1.49	ปาน กลาง
5. บุคลากรที่ดี	3.32	1.54	ปาน กลาง	3.33	1.57	ปาน กลาง
6. ความเป็นอันหนึ่ง เดียวกัน	3.74	1.43	มาก	3.89	1.45	มาก
7. องค์กรมีการ ทำงานเชิงรุก	3.69	1.42	มาก	3.33	1.61	ปาน กลาง
รวม	3.64	1.03	มาก	3.29	1.07	ปาน กลาง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีค่าเฉลี่ยของคะแนนแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันคือ วิสาหกิจขนาดกลางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนไม่แตกต่างกันมากนักระหว่างวิสาหกิจขนาดกลาง (1.03) และวิสาหกิจขนาดย่อม (1.07) และการกระจายของลักษณะแต่ละด้านไม่ต่างกันมากแสดงจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละด้านซึ่งคำนวณได้เท่ากับ 0.06 ของวิสาหกิจขนาดกลาง และ 0.10 ของวิสาหกิจขนาดย่อม

ส่วนข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการแต่ละด้านพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.46 ถึง 4.03 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.36 ถึง 1.52 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.66 ถึง 3.33 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.49 ถึง 1.76 ที่เหลือคือด้านนวัตกรรมองค์กร และความเป็นอันหนึ่งเดียวกันมีการปฏิบัติในระดับมาก

4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโต

สำหรับการวัดผลประกอบการผู้วิจัยได้พิจารณาผลการดำเนินงานด้านยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของของสถานประกอบการจากการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ 4 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 ถึง พ.ศ.2553 โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงใน 3 ช่วงเวลาโดยให้ผู้ประกอบการประเมินเป็นคำร้อยละที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของผลประกอบการเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แล้วนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อพิจารณาผลประกอบการที่เติบโตและไม่เติบโต จากนั้นนำข้อมูลมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของกลุ่มที่เติบโตและไม่เติบโต จำแนกตามยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตด้วยการทดสอบค่าที่ (t-Test) ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า กลุ่มของสถานประกอบการที่เติบโตและกลุ่มของสถานประกอบการที่ไม่เติบโตไม่ว่าจะพิจารณาจากด้านใด (ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิต) มีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลาง สถานประกอบการที่เจริญเติบโตและไม่เติบโตมีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ว่าจะวัดการเติบโตจากตัวแปรใด ส่วนคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เฉพาะการเติบโตที่วัดด้วยยอดขายและสินทรัพย์รวมเท่านั้น (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ค)

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจกลุ่มที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตเป็นการวิเคราะห์ในเบื้องต้นเพื่อความเชื่อมั่นในการวิเคราะห์ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

ในการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจ ตามลำดับต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

2. การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ

โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) สำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง 4 ข้อ ดังนี้ (Jöreskog & Sörbom, 1989, p. 2 อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 25-28)

1. การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบลักษณะของการแจกแจงของตัวแปรด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าสถิติที่สำคัญของตัวแปร (จำนวน 752 คน)

ตัวแปร	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)				
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	3.67	1.17	-0.32	-0.57
การสร้างนวัตกรรม (INO)	4.28	1.02	-0.83	-0.34
การทำงานเชิงรุก (ACT)	3.94	1.15	-0.55	-0.64
การเรียนรู้ (LEA)	4.25	1.07	-0.86	-0.34
ความอดทน (TOL)	4.12	1.12	-0.68	-0.51
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	4.01	1.04	-0.50	-0.59
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	3.00	1.41	-0.13	-0.59
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	3.81	1.19	-0.44	-0.63
ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม (ACH)	3.83	1.14	-0.43	-0.62
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	3.93	1.37	-0.64	-0.66
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	2.94	1.52	-0.16	-0.71
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)				
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	3.72	1.48	-0.57	-0.76
เงินทุน (MON)	2.95	1.75	-0.19	-1.01
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	3.13	1.58	-0.26	-0.80
กลยุทธ์การตลาด (STA)	3.36	1.47	-0.30	-0.77
บุคลากรที่ดี (PER)	3.32	1.56	-0.30	-0.83
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	3.84	1.44	-0.62	-0.72
องค์กรมีทำงานเชิงรุก (PRE)	3.44	1.56	-0.38	-0.85
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)				
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	6.18	15.34	0.00	-0.00
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	3.88	15.08	-0.00	-0.00
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	4.41	13.27	0.15	0.19
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	6.65	16.11	0.07	0.03
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	3.81	11.46	0.07	0.12

จากตารางที่ 4.12 พบว่าตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยของคะแนนการสร้างนวัตกรรมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้ และด้านความอดทน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ 4.12 ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการบริหารความเสี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

เมื่อพิจารณาตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ความเป็นอันหนึ่งเดียวกันมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือ นวัตกรรมองค์กร และองค์กรมีการทำงานเชิงรุกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ 3.44 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยของร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวมสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.65 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.18, 4.41, 3.88 และ 3.81 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าที่ได้สำหรับตัวแปรสาเหตุมีค่าระหว่าง 1.02 – 1.75 แสดงว่าข้อมูลที่ได้มีการกระจายปานกลาง (บุญชม ศรีสะอาด, 2541, น. 94) และเมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่ง พบว่า ตัวแปรสาเหตุและตัวแปรตามมีค่าความเบ้ไม่เกิน 2 และมีค่าความโด่งไม่เกิน 3 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2005, p. 50) ดังนั้นผู้วิจัยจึงถือว่าข้อมูลดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป

2. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยใช้การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลของการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	LGRO	LENT	LCOM
1. ตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)	1		
2. ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.13**	1	
3. ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	0.18**	0.71**	1

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.13 พบว่าตัวแปรที่ศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับลักษณะของสถานประกอบการอยู่ในระดับสูงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.71 ส่วนตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจมีความสัมพันธ์ที่ไม่สูงนักกับลักษณะของสถานประกอบการ ($r = 0.18$) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ($r = 0.13$)

นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบคือค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's Test of Sphericity ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าค่า KMO มีค่า 0.80 ขึ้นไปหมายความว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก แต่ถ้าน้อยกว่า 0.50 หมายความว่าข้อมูลไม่เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ส่วนค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญแสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (Hair et al. อ้างถึงใน สุกมาศ อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชณีกุล วิทยุโณภานุวัฒน์, 2552) ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล

ตัวแปร	KMO	Bartlett's Test of Sphericity		
		Chi-Square	df	p-value
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.884	2219.407	55	0.000**
ความสามารถในการบริหารจัดการ	0.623	250.290	10	0.000**
การสร้างนวัตกรรม	0.659	339.680	10	0.000**
การทำงานเชิงรุก	0.636	346.714	10	0.000**
การเรียนรู้	0.733	457.816	10	0.000**
ความอดทน	0.675	302.280	10	0.000**
จริยธรรมทางธุรกิจ	0.595	203.183	10	0.000**
เครือข่ายของผู้ประกอบการ	0.688	346.600	10	0.000**
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	0.598	403.242	10	0.000**
ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม	0.637	184.358	10	0.000**
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	0.655	1533.709	10	0.000**
การบริหารความเสี่ยง	0.729	439.597	10	0.000**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	0.849	1607.443	21	0.000**
นวัตกรรมองค์กร	0.721	739.879	10	0.000**
เงินทุน	0.773	974.554	10	0.000**
เครือข่ายของสถานประกอบการ	0.738	848.251	10	0.000**
กลยุทธ์การตลาด	0.734	411.485	10	0.000**
บุคลากรที่ดี	0.747	546.800	10	0.000**
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	0.745	851.069	10	0.000**
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	0.732	970.660	10	0.000**
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)	0.850	1822.649	10	0.000**

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า KMO ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยอยู่ในระดับที่ดีเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 คือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.595 ถึง 0.884 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่า Bartlett's Test of Sphericity พิจารณา ค่า Chi-Square

พบว่ามีความสำคัญ ($p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ท้ายสุดผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้เกณฑ์อื่นๆ ร่วมด้วย ได้แก่ การวิเคราะห์ค่า Tolerance (สัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่นๆ) และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการทดสอบพบว่าค่า Tolerance เท่ากับ 0.51 โดยตามเกณฑ์แล้ว หากค่า Tolerance ที่มีค่า 0.01 หรือน้อยกว่าจะเป็นค่าที่ทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Norusis, 1995, p. 485) ส่วนค่า VIF มีค่า 1.96 โดยตามเกณฑ์แล้วหากค่า VIF ใกล้เคียง 10 จะทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Steven, 1996, p. 77) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบสัมพันธ์กันได้ซึ่งเป็นการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ตามหลักการของตัวแบบสมการโครงสร้างซึ่งสามารถทำได้ จึงไม่ได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time series data) ที่มีการวัดข้อมูลมากกว่า 2 ครั้ง การวัดตัวแปรต้องไม่ได้รับอิทธิพลจากช่วงเวลาที่เหลื่อม (Time lag)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้วิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาจึงไม่ต้องตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้

จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้างต้น จึงสรุปได้ว่าข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษามีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป

4.4.2 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างหรือการวิเคราะห์ตัวแบบลิสเรล (Linear Structural Relationship Model: LISREL) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรในตัวแบบ โดยการหาขนาดอิทธิพลที่ปรากฏในความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและทดสอบว่าตัวแบบที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัยเป็นอันดับแรก และเมื่อพบว่าตัวแบบไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบ โดยในการปรับตัวแบบครั้งนี้ได้พิจารณาถึงความสมเหตุสมผลตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้อาศัยดัชนีการปรับ (Modification indices) จากผลการวิเคราะห์มาเป็นข้อมูลประกอบในการปรับตัวแบบ ผลจากการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบ

ตามสมมติฐานการวิจัยของข้อมูลจากตัวอย่างจำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบตัวแบบตามสมมติฐาน

กลุ่มของตัวอย่าง	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบตัวแบบตามสมมติฐาน									
	χ^2	df	P-value	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	NNFI	CFI
วิสาหกิจขนาดกลาง	784.10	227	0.00	0.10	0.075	0.77	0.72	0.85	0.87	0.88
วิสาหกิจขนาดย่อม	1,479.01	227	0.00	0.10	0.077	0.80	0.76	0.87	0.88	0.89
วิสาหกิจภาคการผลิต	945.94	227	0.00	0.12	0.094	0.72	0.66	0.82	0.84	0.85
วิสาหกิจภาคการค้า	824.26	227	0.00	0.11	0.090	0.74	0.69	0.81	0.83	0.85
วิสาหกิจภาคการบริการ	1,194.68	227	0.00	0.11	0.083	0.76	0.71	0.83	0.84	0.86

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาค่าสถิติตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องโดยรวม (Overall fit) ตามเกณฑ์การพิจารณาในบทที่ 3 แสดงให้เห็นว่าตัวแบบตามสมมติฐานทั้งจำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อย่างไรก็ตามการที่ตัวแบบไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น Jöreskog และ Sörbom ได้อธิบายไว้ว่าตัวแบบเริ่มแรกอาจจะไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจะต้องทำการปรับตัวแบบให้สอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูล โดยในการปรับตัวแบบจะต้องเป็นไปตามแนวทางของทฤษฎีและมีความเที่ยงตรง ซึ่งในการวิเคราะห์ตัวแบบเพื่อค้นหาตัวแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Modification searches) นั้นสามารถใช้เกณฑ์การพิจารณาจากค่าที่ (t) ซึ่งเป็นอิทธิพลของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อค่าที่มากกว่าหรือเท่ากับ 1.96 และการพิจารณาความสอดคล้องโดยรวม ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยพิจารณาความเป็นไปได้ในทางทฤษฎีและสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรได้อย่างสมเหตุสมผล

ในการปรับตัวแบบครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยเริ่มจากการตัดเส้นอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรออกจากตัวแบบ ได้แก่ เส้นอิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งไปตัวแปรการเจริญเติบโต

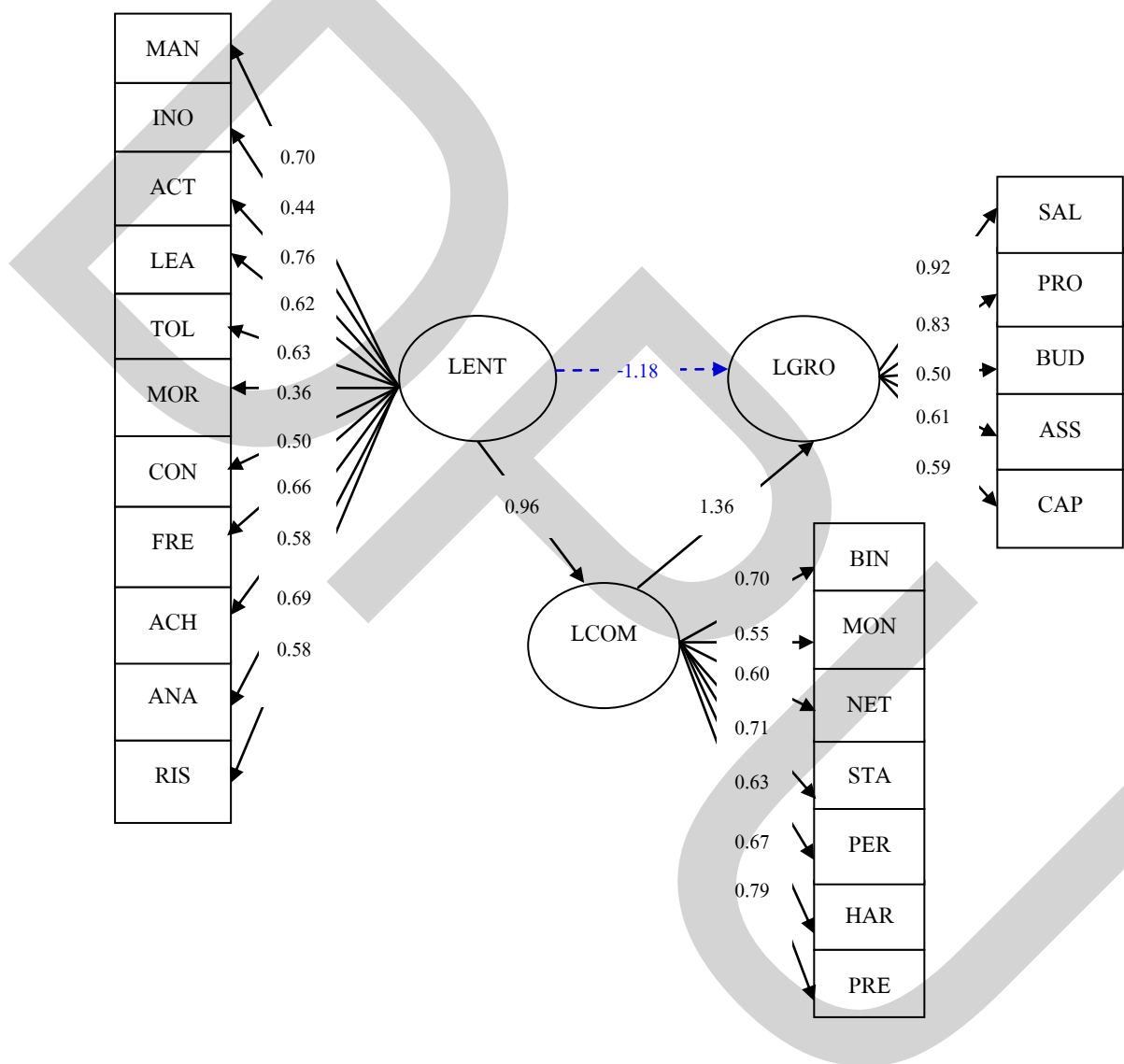
จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบสัมพันธ์กันได้ตามหลักของการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง ซึ่งใน

การปรับตัวแบบครั้งนี้ผู้วิจัยปรับตัวแบบบนพื้นฐานของทฤษฎีและงานวิจัยเป็นหลัก โดยมีการดำเนินการคือได้ตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ให้มีความสมเหตุสมผล รวมทั้งพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง (Squared multiple correlation coefficient) ให้มีความเหมาะสม ตลอดจนพิจารณาค่าความสอดคล้องรวมว่าโดยภาพรวมแล้วตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ หลังจากที่ได้ให้ความสำคัญเคลื่อนในการวัดมีความสัมพันธ์กันเป็นดังนี้

1) ผลการทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ จำแนกตามขนาดของ
 วิชาหกิจ

1. วิชาหกิจขนาดกลาง



$\chi^2 = 248.31$, $df = 178$, $p\text{-value} = 0.00$, $\chi^2/df = 1.39$, $RMSEA = 0.042$, $GFI = 0.91$, $AGFI = 0.86$,
 $SRMR = 0.051$, $NFI = 0.96$, $NNFI = 0.98$, $CFI = 0.98$

ภาพที่ 4.2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิชาหกิจขนาดกลาง

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.70**	0.06	12.20
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.44**	0.06	6.77
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.76**	0.06	13.30
การเรียนรู้ (LEA)	0.62**	0.07	9.97
ความอดทน (TOL)	0.63**	0.06	10.42
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.36**	0.07	5.45
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.50**	0.08	7.70
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.66**	0.07	11.08
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.58**	0.07	9.20
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.69**	0.07	11.68
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.58**	0.09	9.52
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.70	-	-
เงินทุน (MON)	0.55**	0.10	8.49
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.60**	0.10	8.61
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.71**	0.10	10.22
บุคลากรที่ดี (PER)	0.63**	0.10	9.36
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.67**	0.10	9.75
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.79**	0.10	11.25

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่านำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.92	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.83**	1.07	14.96
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.50**	0.70	8.17
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.61**	0.69	8.96
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.59**	0.65	10.05

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.2 การทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง หลังจากที่ได้ทำการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 248.31 ค่าองศาอิสระ (df) มีเท่ากับ 178 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 และเมื่อพิจารณาค่า χ^2/df ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 1.39 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงถึงตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Tabachnik & Fidell, 2007) และค่าดัชนีตัวอื่นๆ ได้แก่ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.042 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความสอดคล้องในระดับดีมาก ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.91 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.86 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.051 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความสอดคล้องในระดับดีมาก และดัชนีวัดความสอดคล้อง NFI NNFI และ CFI มีค่าเท่ากับ 0.96 0.98 และ 0.98 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 จึงสามารถอธิบายได้ว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.36 ถึง 0.76 โดยตัวแปรการทำงานเชิงรุกมีค่าน้ำหนักมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ ความสามารถในการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์ตลาด และคู่แข่ง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.76 0.70 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุกมีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมาคือ กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์การมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.79 0.71 และ 0.70 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโตพบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักระหว่าง 0.50 ถึง 0.92 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.83 และ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.96**	-	0.96**	-1.18	1.31	0.13
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	1.36*	-	1.36*
R ²	0.93			0.16		

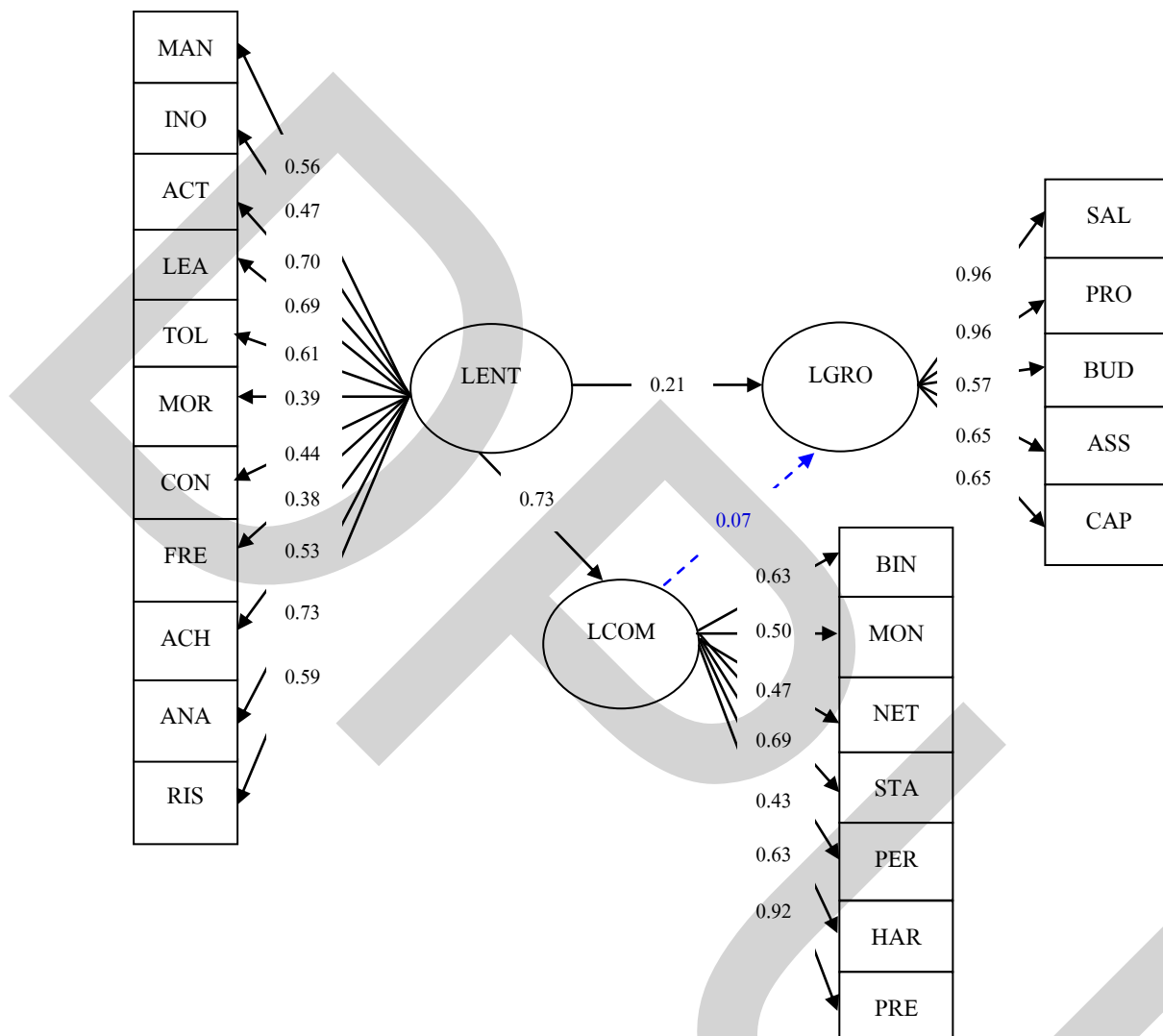
หมายเหตุ. * p < 0.05, ** p < 0.01

จากตารางที่ 4.17 พบว่าตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 ไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36

ความแปรปรวนของตัวแปรผลซึ่งอธิบายได้จากตัวแปรสาเหตุซึ่งได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองพบว่า ร้อยละ 93.0 ของความแปรปรวนของคุณลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ร้อยละ 16.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบข้างต้นสรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเจริญเติบโตมีเพียงลักษณะของสถานประกอบการเท่านั้น โดยตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.79) กลยุทธ์การตลาด (ค่าน้ำหนัก 0.71) และ นวัตกรรมองค์การ (ค่าน้ำหนัก 0.70)

2. วิสาหกิจขนาดย่อม



$\chi^2 = 158.74$, $df = 139$, $p\text{-value} = 0.12$, $\chi^2/df = 1.14$, $RMSEA = 0.016$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$,
 $SRMR = 0.041$, $NFI = 0.99$, $NNFI = 1.00$, $CFI = 1.00$

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.56**	0.05	13.04
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.47**	0.05	10.76
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.70**	0.05	17.63
การเรียนรู้ (LEA)	0.69**	0.04	17.09
ความอดทน (TOL)	0.61**	0.05	14.73
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.39**	0.05	8.50
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.44**	0.06	10.14
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.38**	0.05	8.50
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.53**	0.05	12.21
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.73**	0.06	17.79
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.59**	0.06	14.12
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.63	-	-
เงินทุน (MON)	0.50**	0.09	9.76
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.47**	0.08	9.23
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.69**	0.09	12.07
บุคลากรที่ดี (PER)	0.43**	0.08	8.79
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.63**	0.08	11.35
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.92**	0.11	13.38

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.96	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.96**	0.43	29.03
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.57**	1.35	5.95
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.65**	1.91	6.12
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.65**	1.25	6.09

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมที่แสดงในภาพที่ 4.3 พบว่าดัชนีความสอดคล้องของตัวแบบทั้งหมดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ของวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าตั้งแต่ 0.38 ถึง 0.73 สำหรับตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และการเรียนรู้ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.73 0.70 และ 0.69 ตามลำดับ

ในขณะที่ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าน้ำหนักของตัวแปรตั้งแต่ 0.43 ถึง 0.92 โดยตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุก มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.92 รองลงมาคือกลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.69 ส่วนนวัตกรรมมองการณ์ไกล และความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.63

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่ามีน้ำหนักตั้งแต่ 0.57 ถึง 0.96 โดยร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากันคือ 0.96 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต มีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 0.65 ส่วนร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.57

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.73**	-	0.73**	0.21**	0.05	0.26**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	0.07	-	0.07
R ²	0.54			0.07		

หมายเหตุ. ** p < 0.01

การวิเคราะห์อิทธิพลของแบบวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.73 มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 และตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.26 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองแสดงว่า ร้อยละ 54.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และร้อยละ 7.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

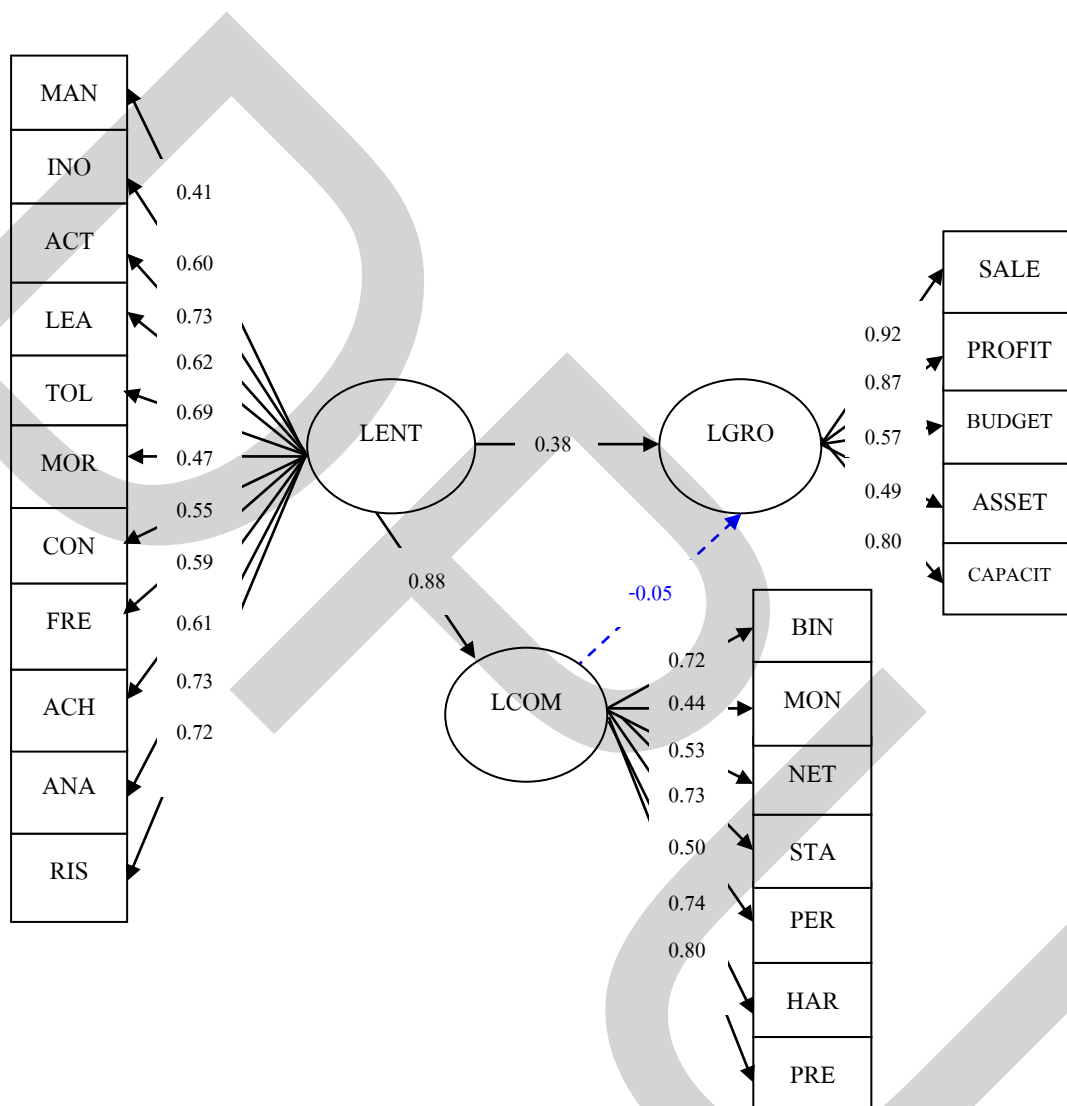
จากการวิเคราะห์ตัวแบบของวิสาหกิจขนาดย่อม สรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตมีตัวแปรที่สำคัญ ดังนี้

การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.73) การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.70) และการเรียนรู้ (ค่าน้ำหนัก 0.69)



2) ผลการทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ จำแนกตามประเภทของ
 วิชาธุรกิจ

1. วิชาธุรกิจภาคการผลิต



$\chi^2 = 175.39$, $df = 143$, $p\text{-value} = 0.03$, $\chi^2/df = 1.22$, $RMSEA = 0.033$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.87$

$SRMR = 0.069$, $NFI = 0.97$, $NNFI = 0.98$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.4 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิชาธุรกิจภาคการผลิต

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของตัวแปรที่แปลงเป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.41**	0.08	5.99
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.60**	0.06	9.53
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.73**	0.07	12.10
การเรียนรู้ (LEA)	0.62**	0.07	9.80
ความอดทน (TOL)	0.69**	0.07	11.40
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.47**	0.07	6.93
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.55**	0.09	8.69
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.59**	0.08	9.12
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.61**	0.07	10.22
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.73**	0.09	12.10
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.72**	0.09	12.22
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.72	-	-
เงินทุน (MON)	0.44**	0.11	6.95
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.53**	0.11	7.56
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.73**	0.12	10.44
บุคลากรที่ดี (PER)	0.50**	0.11	7.28
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.74**	0.11	10.47
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.80**	0.11	11.57
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.92	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.87**	0.73	18.87

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.57**	0.66	10.07
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.49**	1.23	8.83
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.80**	0.79	15.87

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.4 และตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตหลังจากที่ได้ทำการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ตัวแบบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจากค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรทุกตัวมีค่าเป็นบวก เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.41 ถึง 0.73 โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การทำงานเชิงรุก และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.73 รองลงมาคือ การบริหารความเสี่ยง และความอดทน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.72 และ 0.69

ในขณะที่ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.44 ถึง 0.80 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และกลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.80 0.74 และ 0.73 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.49 ถึง 0.92 โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.87 และ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.88**	-	0.88**	0.38*	-0.04	0.34**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	-0.05	-	-0.05
R ²	0.77			0.11		

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรสาเหตุต่อตัวแปรผลพบว่าตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรผลดังนี้

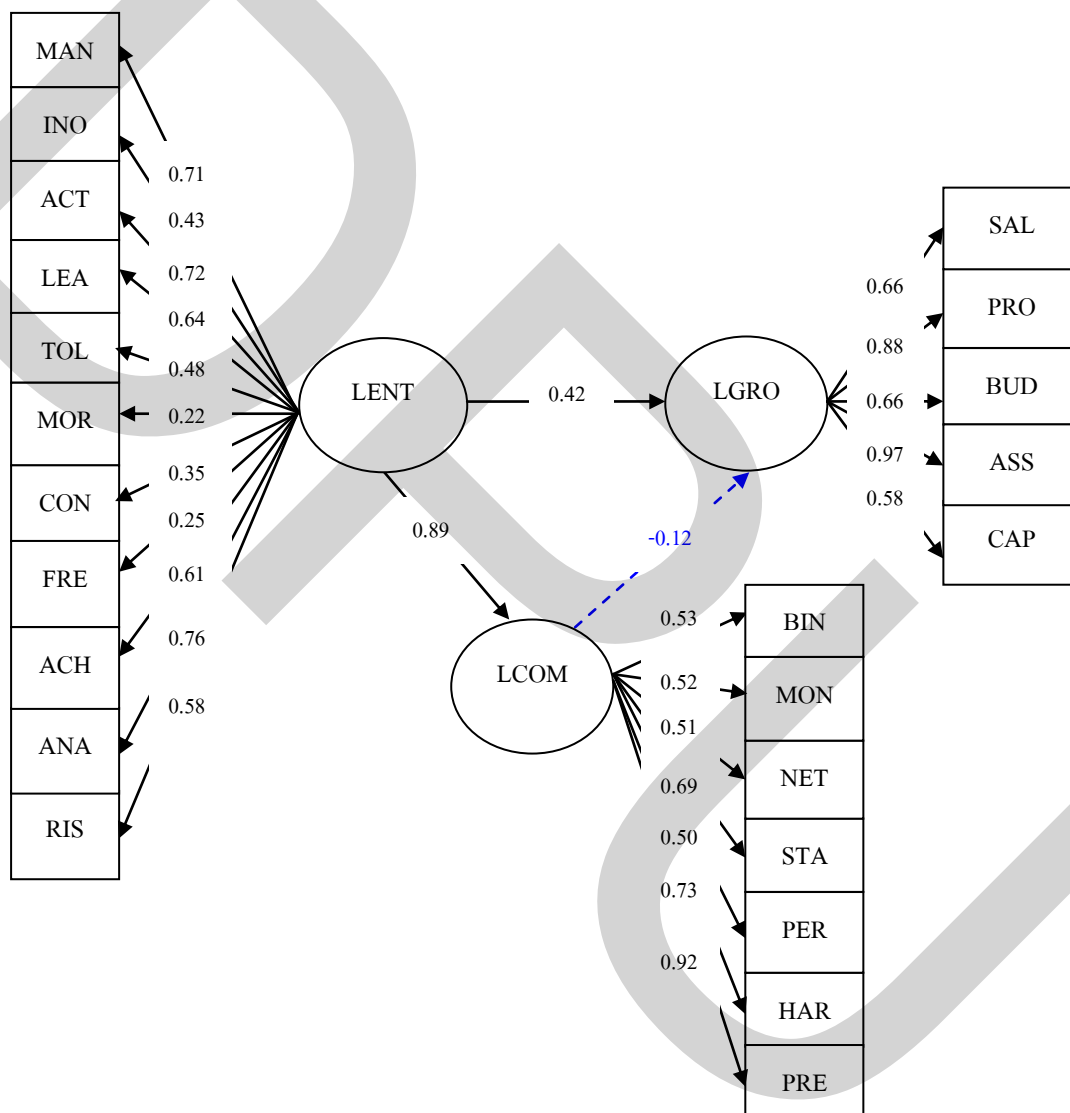
ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.88 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 และมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.34 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.77 หมายถึงร้อยละ 77.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.11 หมายถึงร้อยละ 11.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบ สรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยตัวแปรที่สำคัญของคุณลักษณะ

ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตคือ การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.73) การวิเคราะห์การตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.73) การบริหารความเสี่ยง (ค่าน้ำหนัก 0.72) และความอดทน (ค่าน้ำหนัก 0.69)

2. วิสาหกิจภาคการค้า



$\chi^2 = 180.41$, $df = 158$, $p\text{-value} = 0.11$, $\chi^2/df = 1.14$, $RMSEA = 0.026$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.88$, $SRMR = 0.065$, $NFI = 0.96$, $NNFI = 0.99$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.5 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

หมายเหตุ. --► หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ► หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.71**	0.08	11.14
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.43**	0.07	6.37
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.72**	0.06	11.63
การเรียนรู้ (LEA)	0.64**	0.06	10.47
ความอดทน (TOL)	0.48**	0.08	7.02
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.22**	0.08	3.17
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.35**	0.08	5.15
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.25**	0.08	3.58
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.61**	0.07	9.24
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.76**	0.07	12.60
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.58**	0.09	9.34
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.53	-	-
เงินทุน (MON)	0.52**	0.14	6.35
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.51**	0.12	6.37
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.69**	0.12	7.14
บุคลากรที่ดี (PER)	0.50**	0.14	5.90
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.73**	0.13	7.62
องค์การมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.92**	0.17	8.52

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.66	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.88**	0.81	12.09
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.66**	0.90	9.13
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.97**	1.19	9.95
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.58**	0.45	9.01

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการค้าที่แสดงในภาพที่ 4.5 พบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้าที่แสดงในตารางที่ 4.22 พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าน้ำหนักของตัวแปรตั้งแต่ 0.22 ถึง 0.76 สำหรับตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.76 0.72 และ 0.71 ตามลำดับ

ค่าน้ำหนักของตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.50 ถึง 0.92 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และ กลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.73 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่ามีน้ำหนักตั้งแต่ 0.58 ถึง 0.97 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม มีน้ำหนักเท่ากับ 0.97 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ มีน้ำหนักเท่ากับ 0.88 ส่วนร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย และ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุนมีน้ำหนักเท่ากันคือ 0.66

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.89**	-	0.89**	0.42*	-0.10	0.32**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	-0.12	-	-0.12
R ²	0.79			0.10		

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรสาเหตุต่อตัวแปรผลพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรผลมีดังนี้

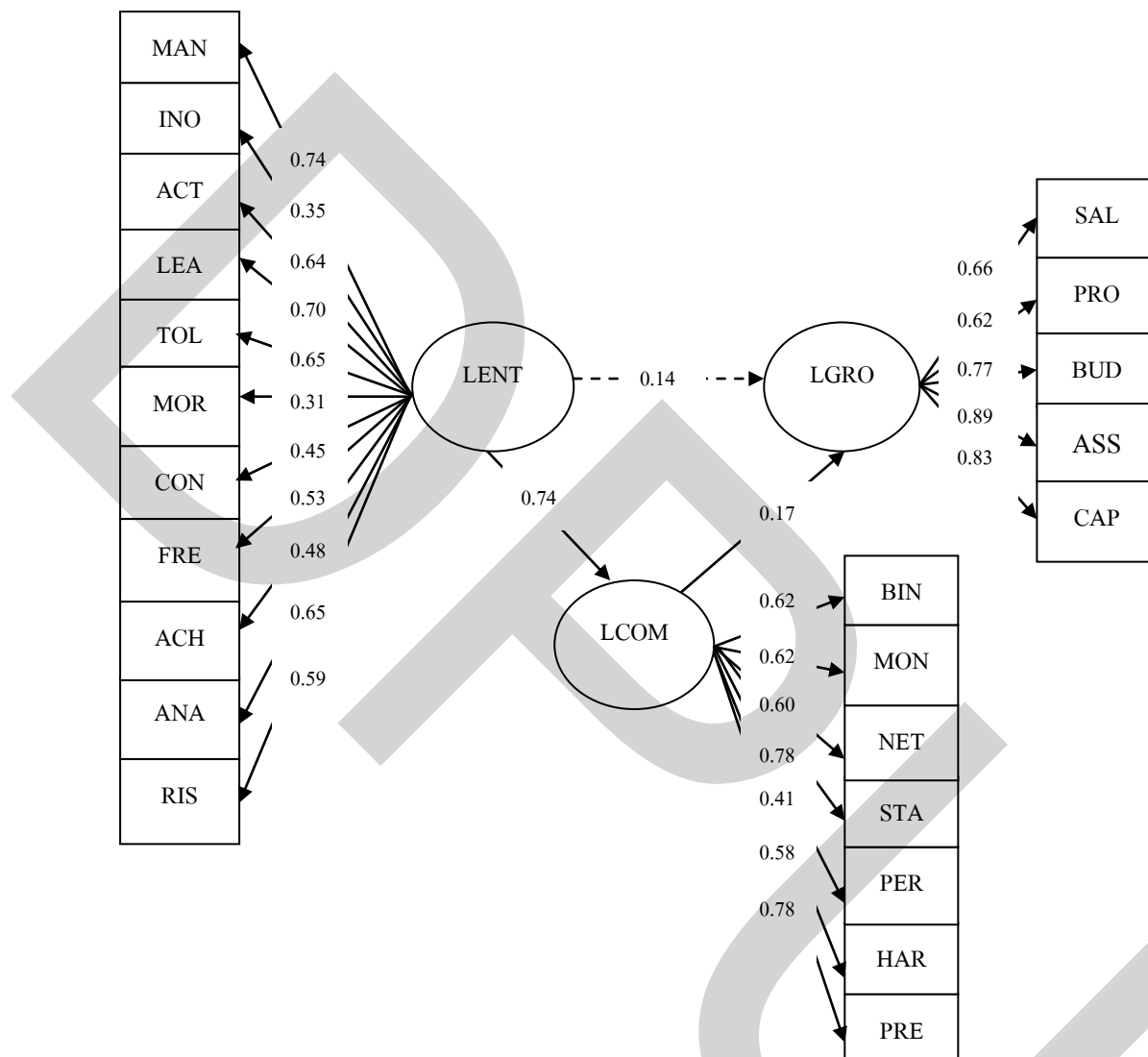
ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.89 มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.42 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.32 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.79 หมายถึงร้อยละ 79.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.10 หมายถึงร้อยละ 10.0

ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบ สรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการค้ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรูปแบบเช่นเดียวกันกับรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจภาคการผลิตกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการเจริญเติบโต และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยพบตัวแปรที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตดังนี้ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.76) การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.72) และ ความสามารถในการบริหารจัดการ (ค่าน้ำหนัก 0.71)

3. วิสาหกิจภาคการบริการ



$\chi^2 = 197.33$, $df = 160$, $p\text{-value} = 0.02$, $\chi^2/df = 1.23$, $RMSEA = 0.027$, $GFI = 0.95$, $AGFI = 0.91$, $SRMR = 0.048$, $NFI = 0.97$, $NNFI = 0.99$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.6 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการ

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจ
ภาคการบริการ

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.74**	0.07	13.59
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.35**	0.06	6.54
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.64**	0.06	12.59
การเรียนรู้ (LEA)	0.70**	0.06	13.54
ความอดทน (TOL)	0.65**	0.05	12.83
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.31**	0.05	5.91
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.45**	0.08	8.44
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.53**	0.06	10.44
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.48**	0.06	9.50
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.65**	0.07	12.20
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.59**	0.08	11.04
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.62	-	-
เงินทุน (MON)	0.62**	0.11	10.08
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.60**	0.10	9.65
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.78**	0.10	11.35
บุคลากรที่ดี (PER)	0.41**	0.09	6.94
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.58**	0.09	8.98
องค์การมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.78**	0.10	11.65

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.66	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.62**	0.46	20.87
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.77**	0.83	13.44
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.89**	0.85	12.87
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.83**	0.71	12.05

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.6 และตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ เมื่อพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องโดยภาพรวมพบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก ค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าตั้งแต่ 0.31 ถึง 0.74 สำหรับลำดับแรกของตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.74 ลำดับถัดไปคือการเรียนรู้ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.70 ส่วนความอดทน และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งมีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 0.65

เมื่อพิจารณาลักษณะของสถานประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.41 ถึง 0.78 น้ำหนักที่มีค่ามากที่สุดลำดับแรกคือ กลยุทธ์การตลาด และองค์การมีทีมงานเชิงรุก มีค่าเท่ากับ 0.78 เท่ากัน ลำดับถัดไปคือนวัตกรรมองค์กร และเงินทุน มีค่าเท่ากับ 0.62 และเครือข่ายของสถานประกอบการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.60

ส่วนค่าน้ำหนักของตัวแปรการเจริญเติบโต มีค่าตั้งแต่ 0.62 ถึง 0.89 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต และ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุนมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.89 0.83 และ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.74**	-	0.74**	0.14	0.13*	0.27**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	0.17*	-	0.17*
R ²	0.55			0.08		

หมายเหตุ. * p < 0.05, ** p < 0.01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.74 มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.17 สำหรับตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโตมากกว่าตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.27 และ 0.17 ตามลำดับ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองของลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.55 หมายถึงร้อยละ 55.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.08 หมายถึงร้อยละ 8.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบสรุปได้ว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคบริการ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีรูปแบบเดียวกันกับรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจในภาพรวม มีตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญดังนี้ กลยุทธ์การตลาด (ค่าน้ำหนัก 0.78) องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.78) นวัตกรรมองค์กร (ค่าน้ำหนัก 0.62) เงินทุน (ค่าน้ำหนัก 0.62) และเครือข่ายของสถานประกอบการ (ค่าน้ำหนัก 0.60)

ตารางที่ 4.26 สรุปตัวแปรที่สำคัญ 3 ลำดับแรกของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโต

ตัวแปร	ขนาด กลาง	ขนาด ย่อม	ภาค การผลิต	ภาค การค้า	ภาค การ บริการ
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ					
1. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	-	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 1)	-
2. การทำงานเชิงรุก	-	✓ (ลำดับที่ 2)	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 2)	-
3. การเรียนรู้	-	✓ (ลำดับที่ 3)		-	-
4. การบริหารความเสี่ยง	-	-	✓ (ลำดับที่ 2)	-	-
5. ความอดทน	-	-	✓ (ลำดับที่ 3)	-	-
6. ความสามารถในการบริหารจัดการ	-	-	-	✓ (ลำดับที่ 3)	-
ลักษณะของสถานประกอบการ					
1. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	✓ (ลำดับที่ 1)		-	-	✓ (ลำดับที่ 1)
2. กลยุทธ์การตลาด	✓ (ลำดับที่ 2)		-	-	✓ (ลำดับที่ 1)
3. นวัตกรรมองค์กร	✓ (ลำดับที่ 3)		-	-	✓ (ลำดับที่ 2)
4. เงินทุน	-		-	-	✓ (ลำดับที่ 2)
5. เครือข่ายของสถานประกอบการ	-		-	-	✓ (ลำดับที่ 3)

การศึกษาเรื่องคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมทำให้ทราบว่าขนาดและประเภทของวิสาหกิจมีรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรที่สำคัญพบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้า มีตัวแปรคุณลักษณะของการ

เป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์การตลาดและคู่แข่ง เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ในลำดับแรกที่เหลือคือ การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ การบริหารความเสี่ยง ความอดทน และความสามารถในการบริหารจัดการ ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่า วิชาศึกษขนาดกลาง และวิชาศึกษาภาคการบริการ มีตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุก มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับแรกที่เหลือคือ กลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมองค์การ เงินทุน และเครือข่ายของสถานประกอบการ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ

สำหรับการอธิบายสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ โดยแสดงข้อมูลดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

คุณลักษณะ/ความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล				
	ขนาด กลาง	ขนาด ย่อม	ภาคการ ผลิต	ภาค การค้า	ภาคการ บริการ
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ					
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับลักษณะของสถาน ประกอบการ	(0.96*)	(0.73**)	(0.88**)	(0.89**)	(0.74**)
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับการเจริญเติบโต	-	(0.21**)	(0.38*)	(0.42*)	-
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อม กับการเจริญเติบโต	-	-	-	-	(0.13*)
ลักษณะของสถานประกอบการ					
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับการเจริญเติบโต	(1.36*)		-	-	(0.17*)

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากสมมติฐาน 1 ที่ว่า “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า วิสาหกิจขนาดกลาง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 ดังนั้นสมมติฐาน 1 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเท่านั้น

จากสมมติฐาน 2 ที่ว่า “ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36 ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพล

ทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นสมมติฐาน 2 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางเท่านั้น

จากสมมติฐาน 3 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่าวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้ามีรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมือนกันกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลใกล้เคียงกันคือ 0.88 และ 0.89 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยวิสาหกิจภาคการผลิตมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 และวิสาหกิจภาคการค้ามีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.42 ส่วนลักษณะของสถานประกอบการพบว่า ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต

แตกต่างจากวิสาหกิจภาคการบริการที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.74 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 ส่วนลักษณะของสถานประกอบการพบว่า มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.17 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ ดังนั้นสมมติฐาน 3 จึงไม่ได้รับการสนับสนุน

จากสมมติฐาน 4 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางแตกต่างจากวิสาหกิจขนาดย่อม โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ส่วนลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36

ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.73 และ 0.21 โดยลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจแตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ ดังนั้นสมมติฐาน 4 จึงไม่ได้รับการสนับสนุน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย 2) เปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ผู้วิจัยพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีของ Miller (1983) และนักวิชาการท่านอื่นๆ ร่วมกับการพิจารณาข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์และการประเมินความสำคัญของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้นำประกอบด้วย 2 กลุ่ม กลุ่มแรกได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้วิธีการสัมภาษณ์และเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงได้ตัวอย่างจำนวน 26 ราย กลุ่มที่สองได้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จำนวน 2,913,167 ราย กำหนดขนาดตัวอย่างได้ 800 ราย ทำการเลือกตัวอย่างแบบเป็นระบบ ใช้แบบสอบถามจัดทำแบบธุรกิจตอบรับทางไปรษณีย์ส่งไปจำนวน 5,000 ชุด โดยใช้ฐานทะเบียนข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้แบบสอบถามกลับคืนจำนวน 761 ชุด คิดเป็นร้อยละ 15.2 ของจำนวนที่ส่งไป แต่คิดเป็นร้อยละ 95.1 ของขนาดตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร และใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72 วิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง ส่วนการสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาความสอดคล้องของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ รายละเอียดการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะมีดังนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการวิสาหกิจมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกัน โดยในประเด็นของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่ามีปัจจัยสำคัญคือ การเรียนรู้ ความรักและความถนัดในธุรกิจ ความรู้ความสามารถในการทำธุรกิจ จริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต การให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ และเครือข่ายทางธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า ความมุ่งมั่น การเรียนรู้ การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็น จริยธรรมและความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ และการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาความสอดคล้องในความเห็นดังกล่าวพบว่า มีปัจจัย 3 ประการที่มีความสอดคล้องกันกล่าวคือ ประการแรก การที่ผู้ประกอบการต้องเป็นบุคคลที่มีการเรียนรู้เนื่องจากพบว่าผู้ประกอบการหลายรายที่ทำธุรกิจล้มเหลวสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการขาดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในด้านที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ เช่น การเรียนรู้ด้านการตลาด ความต้องการของลูกค้า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจของตนเองให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น และนอกจากการเรียนรู้แล้วจะต้องสามารถนำความรู้นั้นมาปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ประการที่สองคือ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการกล่าวตรงกันว่า จริยธรรมในการประกอบธุรกิจเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว เพื่อสร้างเสริมคุณค่าและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจที่ดำเนินอยู่โดยผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบลูกค้า และประการที่สามคือ การให้ความสำคัญแก่พนักงานโดยการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น และตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น การพัฒนาสินค้าใหม่ การดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยอาจเป็นลักษณะของการประชุมสื่อสารแบบสองทางเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำงาน มีการระดมความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกระดับ เป็นการสร้างค่านิยมที่ดีต่อผู้ร่วมงานให้เกิดความรักและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ส่วนผลการประเมินความสำคัญของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.5 คะแนนขึ้นไป และของผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 9.0 ขึ้นไป จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งเป็นคะแนนที่มีช่วงห่างจากคะแนนลำดับถัดไป ได้แก่ คุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการและความเชี่ยวชาญ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความซื่อสัตย์ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง

สำหรับประเด็นลักษณะของสถานประกอบการผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่ามีปัจจัยสำคัญคือ สถานประกอบการจะต้องมีเงินทุน มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีนวัตกรรม มีกลยุทธ์การตลาด และมีความสามารถหลักของธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สถานประกอบการเจริญเติบโตยิ่งขึ้น ส่วนผู้ประกอบการมีความเห็นว่าความสามารถของทีมงาน การตลาด เครือข่ายของสถานประกอบการ และเงินทุน มีผลต่อการทำให้สถานประกอบการเจริญเติบโต อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความสอดคล้องของความเห็นดังกล่าวพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกัน 2 ประการกล่าวคือ ประการแรกเห็นว่าปัจจัยด้านเงินทุนมีความสำคัญโดยผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นว่าวิสาหกิจที่เริ่มต้นใหม่จะต้องเริ่มต้นธุรกิจจากเงินทุนของตนเองเป็นหลัก และไม่ทำเกินกำลังของตนเองเนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินทุนไม่มากนัก ความพร้อมด้านเงินทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการต่อยอดหรือผลักดันให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการให้เจริญเติบโตได้ ส่วนผู้ประกอบการให้ความเห็นว่ากิจการใดที่เริ่มมีชื่อเสียงและต้องการขยายให้มีความเจริญเติบโตในอนาคต เงินทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการลงทุนเพื่อขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่โดยเงินทุนนั้นอาจเป็นเงินทุนของผู้ประกอบการเองหรือเป็นเงินที่กู้ยืมจากสถาบันการเงิน และประการที่สองมีความเห็นว่า สถานประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการทำธุรกิจ เป็นพื้นฐานไปสู่การสร้างผลกำไรและความเจริญเติบโตให้แก่กิจการ โดยมองว่าหากผู้ประกอบการรายใดไม่มีกลยุทธ์ด้านการตลาดก็จะเป็นจุดอ่อนของธุรกิจและไม่ประสบความสำเร็จในที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันพบว่าปัญหาด้านการตลาดเป็นปัญหาหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ของประเทศไทยเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด มีลักษณะการผลิตสินค้าตามความต้องการและความเชี่ยวชาญของตนเอง และสินค้าที่ผลิตได้ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันแต่เมื่อวิเคราะห์วิสาหกิจที่มีความเจริญเติบโต พบว่าส่วนใหญ่จะพัฒนาสินค้าของตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด มีความโดดเด่น และมีการสร้างตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่รู้จักของตลาด เมื่อพิจารณาผลการประเมินความสำคัญในตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 6.0 ขึ้นไป และผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.0 ขึ้นไปจากคะแนนเต็ม 10 และเป็นคะแนนที่มีช่วงห่างจากคะแนนลำดับถัดไป ได้แก่ ตัวแปรด้านนวัตกรรม เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ บุคลากรหรือทีมงาน ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และองค์กรมีการทำงานเชิงรุก

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการกระจายของอายุในช่วง 5 ปีระหว่าง 36-60 ปีพอๆ กัน โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วงที่น้อยกว่าคือ 36-50 ปี

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนมากกว่าเป็นผู้บริหาร มีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งส่วนใหญ่ประมาณ 1-10 ปี รองลงมาคือมีระยะเวลาดำรงตำแหน่ง 11-20 ปี และ 21-30 ปี ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการที่ดำรงตำแหน่งมากกว่า 30 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับสูงคือ ระดับปริญญาตรี และปริญญาโทมากที่สุด ในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมในจำนวนใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ริเริ่มบุกเบิกธุรกิจด้วยตนเองมากกว่าเป็นกิจการที่สืบทอดจากครอบครัว และในจำนวนผู้ประกอบการที่สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัวมักเป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวอยู่เสมอในด้าน การให้คำปรึกษา เงินทุน และการแก้ปัญหาต่างๆ

ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อนในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจมาตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่นมากกว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีสัดส่วนของการมีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัทจำกัด รองลงมาคือเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วน ในขณะที่ห้างหุ้นส่วนสามัญพบว่ามีจำนวนน้อยที่สุด

สถานประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาการก่อตั้งไม่เกิน 10 ปี โดยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจยาวนานกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม

สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในภาคการบริการมากที่สุด ที่เหลือเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้าในจำนวนพอๆ กัน โดยวิสาหกิจขนาดกลางมีภาคการบริการและภาคการผลิตต่างกันเล็กน้อยแต่สูงกว่าภาคการค้าเกือบ 2 เท่า ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นภาคบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นภาคการค้า และภาคการผลิต

การวัดผลประกอบการ 5 ด้าน ได้แก่ ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิต ในรูปของค่าเฉลี่ยของร้อยละการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาย้อนหลัง 4 ปีของสถานประกอบการ พบว่าส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโตในด้านยอดขายมากที่สุด รองลงมาคือ กำไรสุทธิ และสินทรัพย์รวม สำหรับเงินทุนส่วนใหญ่มีสัดส่วนเท่าเดิม ส่วนกำลังการผลิตมีสัดส่วนของการเติบโตและเท่าเดิมพอๆ กัน

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สรุปได้จากการศึกษาที่ผ่านมา ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ และการให้คะแนนความสำคัญจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ มีจำนวน 11 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ ความอดทน จริยธรรมทางธุรกิจ เครือข่าย การให้อิสระแก่พนักงาน ความมุ่งมั่น การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง และการบริหารความเสี่ยง พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในภาพรวม และจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยคะแนนการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 11 ด้านไม่แตกต่างกันกล่าวคือ มีคะแนนคุณลักษณะอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม=3.80 ค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดกลาง=3.97 และค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อม=3.73 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการแต่ละด้านพบว่า วิสาหกิจทั้งในภาพรวมและจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจมีการปฏิบัติด้านการสร้างนวัตกรรมมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ การเรียนรู้ และความอดทน

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

ลักษณะของสถานประกอบการที่ได้จากการศึกษาที่ผ่านมา ความเห็นและการให้คะแนนความสำคัญของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมองค์กร เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด บุคลากรที่ดี ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และองค์กรมีการทำงานเชิงรุก สถานประกอบการมีการปฏิบัติในด้านต่างๆ ข้างต้นคิดเป็นคะแนนเฉลี่ยรวม 3.40 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนนอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีการปฏิบัติสูง 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน นวัตกรรมองค์กร และองค์กรมีการทำงานเชิงรุก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 3.72 และ 3.44 ตามลำดับ

วิสาหกิจจำแนกตามขนาดกลางและขนาดย่อมมีคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติในด้านต่างๆ ในภาพรวมแตกต่างกันคือ วิสาหกิจขนาดกลางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก และลักษณะทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากยกเว้นด้านบุคลากรที่มีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่ามีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลางและมี

ระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านยกเว้นนวัตกรรมองค์การ และความเป็นอันหนึ่งเดียวกันที่มีการปฏิบัติในระดับมาก

การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโต

การวิเคราะห์ข้อมูลของวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า กลุ่มของสถานประกอบการที่เติบโตและกลุ่มของสถานประกอบการที่ไม่เติบโตไม่ว่าจะพิจารณาจากด้านใด (ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิต) จะมีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง สถานประกอบการที่เจริญเติบโตและไม่เติบโตมีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ว่าจะวัดการเติบโตจากตัวแปรใด ส่วนคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เฉพาะการเติบโตที่วัดด้วยยอดขายและสินทรัพย์รวม

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อม และจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ 3 ประเภทได้แก่ วิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ ภายหลังจากที่ได้ดำเนินการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ตัวแบบทั้งหมดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปได้ดังนี้

1. ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า มีรูปแบบความสัมพันธ์ที่ส่งผลเฉพาะอิทธิพลทางตรงโดยตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่า มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการได้ร้อยละ 93.0 และตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 16.0

2. ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.73 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์

อิทธิพลเท่ากับ 0.21 มีอิทธิพลรวมต่อการเจริญเติบโตด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.26 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่าไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการ ได้ร้อยละ 54.0 และตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 7.0

3. ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิตพบว่า มีรูปแบบเช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดย่อมกล่าวคือ ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.88 และตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการยังมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.34 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่าไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการได้ร้อยละ 77.0 และตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 11.0

4. ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้าพบว่า มีรูปแบบเหมือนกันกับวิสาหกิจภาคการผลิตและวิสาหกิจขนาดย่อมกล่าวคือ ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.89 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.42 และมีอิทธิพลรวมต่อการเจริญเติบโตด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.32 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่าไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการได้ร้อยละ 79.0 และตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 10.0

5. ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.74 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.17 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมต่อการเจริญเติบโตมากกว่าตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.27 และ 0.17 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการได้ร้อยละ

55.0 และตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 8.0

จากรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ พบว่ามีรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งที่มีลักษณะ คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญอย่างมากต่อลักษณะของสถานประกอบการ เนื่องจากจะมีอิทธิพลทางตรงที่จะผลักดันให้สถานประกอบการมีลักษณะที่ดีขึ้น ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 0.73 0.88 0.89 และ 0.74 ตามลำดับ ขณะเดียวกันคุณลักษณะดังกล่าวยังส่งผลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมให้วิสาหกิจมีความเจริญเติบโตในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และวิสาหกิจขนาดย่อมมีตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ในลำดับแรกที่เหลือคือ การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ การบริหารความเสี่ยง ความอดทน และความสามารถในการบริหารจัดการ ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่า วิสาหกิจภาคการบริการ และวิสาหกิจขนาดกลางมีตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุก มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับแรกที่เหลือคือ กลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมองค์กร เงินทุน และเครือข่ายของสถานประกอบการ เป็นตัวแปรสำคัญซึ่งจะส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ และวิสาหกิจขนาดกลางต่อไป

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยจะกล่าวถึงประเด็นสำคัญที่เป็นข้อค้นพบจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตตามสมมติฐานการวิจัย โดยนำเสนอรายละเอียดดังนี้

5.2.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของคะแนนและระดับของการปฏิบัติตามคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามียปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติในระดับมากที่สุดคือ ด้านการสร้างนวัตกรรมและการเรียนรู้ โดยปัจจัย

ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลจากการศึกษาเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงวุฒิและผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะพัฒนารูปแบบสินค้าหรือบริการของตนเองให้มีรูปแบบใหม่และมีคุณภาพที่ดีขึ้นซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง รวมทั้งการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูงทั้งการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ และกลุ่มผู้ประกอบการจากนอกพื้นที่ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ปัจจัยดังกล่าวเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวเพื่อพัฒนาตนเองทั้งในด้านสินค้า การบริการ และการดำเนินงานในทุกด้านเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนและระดับของการปฏิบัติตามคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจเปรียบเทียบตามขนาดพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยของคะแนนการปฏิบัติรวมทุกด้านสูงกว่าวิสาหกิจขนาดย่อมเล็กน้อยแต่ยังคงอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบความแตกต่างกล่าวคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางจะให้ความสำคัญในการปฏิบัติในด้านการสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้ และความอดทน ซึ่งมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมมีคะแนนเฉลี่ยแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานในด้านดังกล่าวที่วิสาหกิจขนาดกลางได้ให้ความสำคัญและมีการปฏิบัติที่มากกว่า อาจเนื่องมาจากวิสาหกิจขนาดกลางที่มีขนาด เงินทุน สินทรัพย์ และการจ้างงานมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีลักษณะของโครงสร้างการดำเนินงานที่ซับซ้อน และมีขอบข่ายของการทำงานมากกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้มีความรับผิดชอบ ใฝ่ใจและให้ความสำคัญในการดำเนินงานในด้านการสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้ และความอดทนมากกว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม

5.2.2 การวิเคราะห์ลักษณะของสถานประกอบการ

ในภาพรวมคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติตามลักษณะของสถานประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และบุคลากรที่ดี ส่วนลักษณะที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่นวัตกรรมองค์กร ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และองค์กรมีการทำงานเชิงรุก ลักษณะที่มีการปฏิบัติมากมีความเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีการปฏิบัติมากที่สุดอย่างชัดเจนคือการมีนวัตกรรม การมีนวัตกรรมเป็นส่วนที่ส่งผลต่อการทำงานเชิงรุกคือการให้มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ซึ่งการทำงานเชิงรุกเป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีการปฏิบัติในระดับมากและเป็นลักษณะของสถานประกอบการที่มีการปฏิบัติในระดับมากเช่นกัน

เมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางมีคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติตามลักษณะของสถานประกอบการ สูงกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (ค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดกลาง=3.64 ค่าเฉลี่ยวิสาหกิจขนาดย่อม=3.29) แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการดีกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม โดยด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติมากกว่าได้แก่ เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และองค์การมีการทำงานเชิงรุกซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากแต่วิสาหกิจขนาดย่อมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากความซับซ้อนของลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางที่มีขนาดใหญ่กว่าด้วยจำนวนการจ้างงาน เงินทุน การผลิตสินค้า และลูกค้ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวิสาหกิจขนาดย่อมจึงจำเป็นต้องอาศัยการทำงานที่เป็นระบบซึ่งทำให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

5.2.3 รูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ

จากสมมติฐาน 1 ที่ว่า “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า วิสาหกิจขนาดกลาง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นสมมติฐาน 1 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเท่านั้น ซึ่งให้เห็นว่าการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นผลมาจากคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินงานในวิสาหกิจเองเกือบทั้งหมดเพราะกิจการมีขนาดเล็ก Journal of Small Business Management (อ้างถึงใน อานาจ ชีระวนิช, 2546) กล่าวถึงวิสาหกิจขนาดย่อมในช่วงเริ่มต้นว่ากิจการจะมีรูปแบบขององค์การแบบง่าย มีการสื่อสารในแนวระดับ มีระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ และมีอำนาจตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบการเป็นหลัก และหากกิจการมีความเติบโตมากขึ้นรูปแบบขององค์การจะเปลี่ยนไปโดยจะมีการสื่อสารแบบแนวดิ่งมากขึ้นแต่ยังคงมีลักษณะแบบไม่เป็นทางการ มีการควบคุมแบบกึ่งเป็นทางการ และจะมอบหมายการตัดสินใจให้พนักงานระดับรองลงไป เมื่อพิจารณาถึงผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ในจำนวนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางมีสัดส่วนของตำแหน่งโดยเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และผู้บริหารใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 57.3 และ 42.7 ในขณะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีตำแหน่งเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนมากกว่าผู้บริหารคิดเป็นร้อยละ 81.3 และ 18.7 ซึ่งสามารถอธิบาย

ได้ว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินงานในวิสาหกิจด้วยตนเอง และในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้บุกเบิกกิจการด้วยตนเองมากถึงร้อยละ 73.3

สำหรับตัวแปรที่พบว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ซึ่งเป็นทักษะของผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า มีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการตนเองเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น นอกจากนี้ยังพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งเป็นตัวแปรใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดได้ศึกษามาก่อนหน้านี้ 2) การทำงานเชิงรุก เป็นลักษณะการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการในเชิงรุกซึ่งมีความพยายามให้กิจการของตนเองเป็นผู้นำคู่แข่ง ประกอบด้วยการคิดวิเคราะห์ แสวงหาโอกาสและวิธีการต่างๆ มาปฏิบัติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Miller (1983) Dess, Lumpkin และ Taylor (2005) ที่พบว่าการทำงานเชิงรุก เป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับระดับของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหากผู้ประกอบการมีการทำงานเชิงรุกมากขึ้นเท่าใดจะส่งผลให้ระดับของการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น และ 3) การเรียนรู้ เป็นลักษณะของผู้ประกอบการที่มีการแสวงหาความรู้ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาประกอบใช้ในการดำเนินธุรกิจ ตรงกับผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิที่เห็นว่า ผู้ประกอบการต้องใส่ใจที่จะเรียนรู้ตลอดเวลา จากข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านทุน และกำลังคน ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ในด้านการตลาด คน เครื่องมือ เทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขัน โดยมักพบว่าผู้ประกอบการที่ล้มเหลวสาเหตุส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขาดการเรียนรู้หรือหยุดการเรียนรู้ (วิศิษฐ์ศรี จินตนา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2554)

สำหรับการศึกษาที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมมีความสอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่าน (Lumpkin & Dess, 1996; Entrialgo, 2002; Krauss, Frese, Friedrich, & Unger, 2005; Ferreira & Azevedo, 2007; Lim, 2009; Amran et al., 2010; Kreiser & Davis, 2009; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Harms, 2009) ที่พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโตและประสิทธิภาพของธุรกิจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตเฉพาะในวิสาหกิจขนาดย่อม มีปัจจัยที่สำคัญคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และการเรียนรู้

จากสมมติฐาน 2 ที่ว่า “ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นสมมติฐาน 2 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางเท่านั้น ซึ่งให้เห็นว่าการเติบโตในวิสาหกิจขนาดกลางจำเป็นต้องพึ่งพาลักษณะของสถานประกอบการเนื่องจากขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางที่มีขนาดใหญ่กว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีขอบเขตของตลาดกว้าง มีปริมาณการผลิตสินค้า จำนวนพนักงาน สิทธิประโยชน์และเงินลงทุนที่มีจำนวนมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางต้องจัดระบบงานและต้องอาศัยพนักงานหรือทีมงานที่จะเป็นส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ แตกต่างจากวิสาหกิจขนาดย่อมที่การดำเนินงานส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินงานเอง

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีตัวแปรที่สำคัญคือ 1) องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นภาพรวมของการทำงานของพนักงานทั้งองค์กรที่มีการดำเนินงานในลักษณะเชิงรุก ที่มุ่งสร้างเสริมให้สถานประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน และมีความเจริญเติบโต 2) กลยุทธ์การตลาด เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้สถานประกอบการมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์พื้นฐานด้านสินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งตรงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการที่กล่าวว่า สินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีตลาดรองรับ โดยเฉพาะตลาดที่มุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche market) และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง และ 3) นวัตกรรมองค์กร เป็นการสร้างหรือพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการให้มีความแตกต่าง ซึ่งอาจมีการนำความรู้ เทคนิควิธี อุปกรณ์เครื่องจักรสมัยใหม่มาใช้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานในสถานประกอบการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรมีความสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิที่กล่าวว่า สถานประกอบการต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการด้าน กลยุทธ์การตลาด และด้านนวัตกรรมองค์กรยังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harms (2009) ที่พบว่าสถานประกอบการที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจะต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดทั้งในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วนหรือตอบสนองต่อตลาดเฉพาะส่วนซึ่งเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาด รวมทั้งมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่ถูกค้ำมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้านั้น รวมถึงการมีนวัตกรรม และ

นำเสนอสินค้าออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลาง มีปัจจัยที่สำคัญคือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์กร หากวิสาหกิจขนาดกลางมีลักษณะของสถานประกอบการดีเพียงใดย่อมส่งผลให้สถานประกอบการมีผลประกอบการดีขึ้น การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ลักษณะที่สำคัญด้านองค์กรมีการทำงานเชิงรุก และกลยุทธ์การตลาด เป็นตัวแปรใหม่ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ และหากจะพิจารณาลักษณะทั้ง 3 ประการดังกล่าวพบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมซึ่งกันและกันและมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน โดยจะส่งผลต่อการได้เปรียบคู่แข่ง

จากสมมติฐาน 3 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ สมมติฐาน 3 จึงไม่ได้รับการสนับสนุน โดยวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้ามีรูปแบบความสัมพันธ์เหมือนกันกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการและการเจริญเติบโต ส่วนวิสาหกิจภาคการบริการ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจแต่ละประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานที่ต่างกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

เนื่องจากวิสาหกิจภาคการผลิตมีการนำวัตถุดิบมาแปรรูปให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ต้องอาศัยการพึ่งพาแรงงาน เครื่องจักร เทคโนโลยี และอุปกรณ์ต่างๆ มาใช้ในการผลิต สิ่งสำคัญของวิสาหกิจภาคการผลิตคือการผลิตที่มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดและมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง จึงจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถ และวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการในการคิด วางแผน และตัดสินใจในการผลิตหรือพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงการควบคุมต้นทุน และกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ จากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิต โดยมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญมากเป็นลำดับแรกคือ 1) การทำงานเชิงรุก เป็นลักษณะที่ผู้ประกอบการมีการติดตามข่าวสารและสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลของคู่แข่งและลูกค้า เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อสถานประกอบการ รวมถึง

การที่ผู้ประกอบการเป็นผู้คิด แสวงหาโอกาสและวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตและเป็นผู้นำเหนือคู่แข่ง 2) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกเช่นกัน โดยผู้ประกอบการต้องรู้จักวิเคราะห์หศึกษาลักษณะและความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สามารถระบุได้ว่าใครคือคู่แข่งขั้นทางตรงและทางอ้อม มีการติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งขั้นอย่างต่อเนื่องและสามารถประเมินถึงจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของสถานประกอบการของตนเองได้ 3) การบริหารความเสี่ยง เป็นลักษณะที่ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นผลจากการลงทุน และมีแผนรองรับความเสี่ยงด้านการเงิน และ 4) ความอดทน ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความอดทน โดยมีความพยายามที่จะดำเนินงานให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จแม้ว่าจะต้องเผชิญปัญหา อุปสรรค หรือสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ปัจจัยด้านความอดทนมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ ของสมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาวดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุลิรัชนิกร และสมมาตร จุลิกพงส์ (2550) ที่พบว่าความอดทนเป็นลักษณะพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิต สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tonesakulrungruang (2007) จากผลการสำรวจผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ

สำหรับวิสาหกิจภาคการค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อการซื้อขายโดยเป็นคนกลางในการซื้อขาย ผลกำไรที่เกิดขึ้นมาจากส่วนต่างของการซื้อขาย เช่น การค้าปลีกและการค้าส่ง การดำเนินงานมีความยากในการหาแหล่งสินค้าที่มีคุณภาพและราคาถูก หาวิธีการขนส่งที่ประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้ต้องการความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการเช่นกัน ดังนั้นวิสัยทัศน์ ความรู้ ความชำนาญ และการมีเครือข่ายของผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการสร้างความเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการค้า สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการภาคการค้าหลายรายที่กล่าวว่าความสำเร็จของธุรกิจเป็นผลมาจากการดำเนินงานของตนเองเป็นหลัก จากข้อมูลเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จของประเทศไทยที่สามารถขยายธุรกิจของตนเองจากขนาดเล็กจนสามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่และมีบริษัทในเครือมากมาย เช่น นายธนินท์ เจียรวนนท์ เจ้าของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ นายเจริญ สิริวัฒนภักดี เจ้าของบริษัทไทยเบฟเวอร์เรจและบริษัทในเครือ นายเฉลียว อยู่วิทยา เจ้าของบริษัทเครื่องดื่มกระติงแดง และครอบครัวตระกูลจิราธิวัฒน์ เจ้าของบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล ที่ความสำเร็จของธุรกิจเป็นผลมาจากวิสัยทัศน์ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการเป็นหลัก

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้ามีรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมือนกันคือการเจริญเติบโตของวิสาหกิจเป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ อาจเนื่องมาจากวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้ามีลักษณะที่เหมือนกันคือ ผู้ประกอบการจะนำเสนอสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาด และเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มาตรฐาน โดยสินค้ามีลักษณะที่จับต้องได้ (Tangible product) ซึ่งลูกค้าสามารถพิจารณาได้ทั้งรูปแบบ คุณภาพ และราคาก่อนตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาวิสาหกิจภาคการบริการพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งให้เห็นว่าการเจริญเติบโตในวิสาหกิจภาคการบริการจำเป็นต้องพึ่งพาลักษณะของสถานประกอบการที่ดี เนื่องจากวิสาหกิจภาคการบริการมีความแตกต่างจากวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้า กล่าวคือ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการลูกค้าเป็นหลักและส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) เช่น การให้บริการที่พัก การท่องเที่ยว การเงิน การขนส่ง การศึกษา การบันเทิง การให้คำปรึกษา สุขภาพและความงาม ฯลฯ ดังนั้นลูกค้าไม่สามารถรับรู้ถึงการบริการก่อนตัดสินใจซื้อได้ซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไป สถานประกอบการมักต้องใช้ความพยายามสูงในการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าซื้อบริการด้วยการใช้วิธีการต่างๆ เช่น มีการออกแบบตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม มีพนักงานที่มีคุณลักษณะที่ดี มีเครื่องมือต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน มีการสื่อสารที่เหมาะสม มีการสร้างสัญลักษณ์ที่สามารถจดจำได้ง่าย และมีราคาที่คุ้มค่างับการบริการ การดำเนินกลยุทธ์สำหรับวิสาหกิจภาคบริการจึงมีความแตกต่างไปจากวิสาหกิจอื่น โดย Booms and Bitner ได้นำเสนอกลยุทธ์ที่สำคัญ 3 ประกอบด้วย 1) พนักงาน 2) กระบวนการในการให้บริการ และ 3) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพิ่มเติมจากกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Kotler ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 2000) เนื่องจากวิสาหกิจภาคบริการส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาพนักงานในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ต้องพึ่งพากระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และมีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี เพื่อสร้างคุณภาพการบริการให้มีความแตกต่างไปจากคู่แข่งและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด Frederiksen and Taylor (2010) เสนอแนะว่าวิสาหกิจภาคการบริการที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วต้องมีลักษณะ 3 ประการคือ 1) มีปัจจัยด้านกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด 2) มีปัจจัยด้านพนักงานที่เปรียบเสมือนสินค้าในการให้บริการ และ 3) มีปัจจัยด้านกระบวนการที่สนับสนุนการสร้างคุณค่าการให้บริการ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ 3 ลำดับแรกซึ่งมีบางปัจจัยอยู่ในลำดับเดียวกันรวมทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านองค์การมีการทำงานเชิงรุก เป็นลักษณะการทำงานในภาพรวมทั้งองค์การที่มุ่งสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันและมีการแสวงหาโอกาสและวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโต ปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกเช่นเดียวกันคือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด คือการที่สถานประกอบการมีนโยบายที่ชัดเจนในการเพิ่มยอดขาย มีการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นและหลากหลายรูปแบบ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม มีการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างทั่วถึง และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ 2) ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์การ คือมีการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพและมีความแตกต่างอย่างต่อเนื่อง มีการนำเครื่องมือเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในสถานประกอบการ รวมถึงมีการนำความรู้สมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน และปัจจัยด้านเงินทุนที่มีความสำคัญในลำดับเดียวกัน โดยสถานประกอบการมีเงินทุนเพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจและการขยายกิจการต่อไปในอนาคต และ 3) ปัจจัยด้านเครือข่ายของสถานประกอบการ โดยมีเครือข่ายทางธุรกิจที่จะสามารถเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน รวมถึงการมีเครือข่ายกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจ และการมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบและคู่แข่ง

ส่วนลักษณะของสถานประกอบการที่เหลือคือ ปัจจัยด้านความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และปัจจัยด้านบุคลากรที่ดี ซึ่งแม้ว่าจะไม่มีความสำคัญอยู่ใน 3 ลำดับแรกแต่หากพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรที่ดี และความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน จะเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวล้วนแล้วเป็นผลที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานการปฏิบัติของพนักงานแทบทั้งสิ้น สอดคล้องกับข้อเสนอของ Booms and Bitner (อ้างถึงใน Kotler, 2000) Frederiksen and Taylor (2010) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และกลยุทธ์การตลาด เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต่อวิสาหกิจภาคการบริการและเป็นส่วนสนับสนุนให้วิสาหกิจภาคการบริการมีความเจริญเติบโต สอดคล้องกับข้อเสนอของ Hoffman and Bateson (2006) ที่เสนอว่าปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจภาคการบริการที่เจริญเติบโตส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาดสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche marketing strategies) การพัฒนาการบริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า และการมีความพยายามเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่ เช่นเดียวกับการมีนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาและอำนวยความสะดวกในกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้า

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าเป็นการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการเป็นผลทางตรงมาจากลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมองค์การ เงินทุน และเครือข่ายของสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่า

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญที่เชื่อมโยงโดยตรงกับลักษณะของสถานประกอบการของภาคบริการ ได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง และความสามารถในการบริหารจัดการ

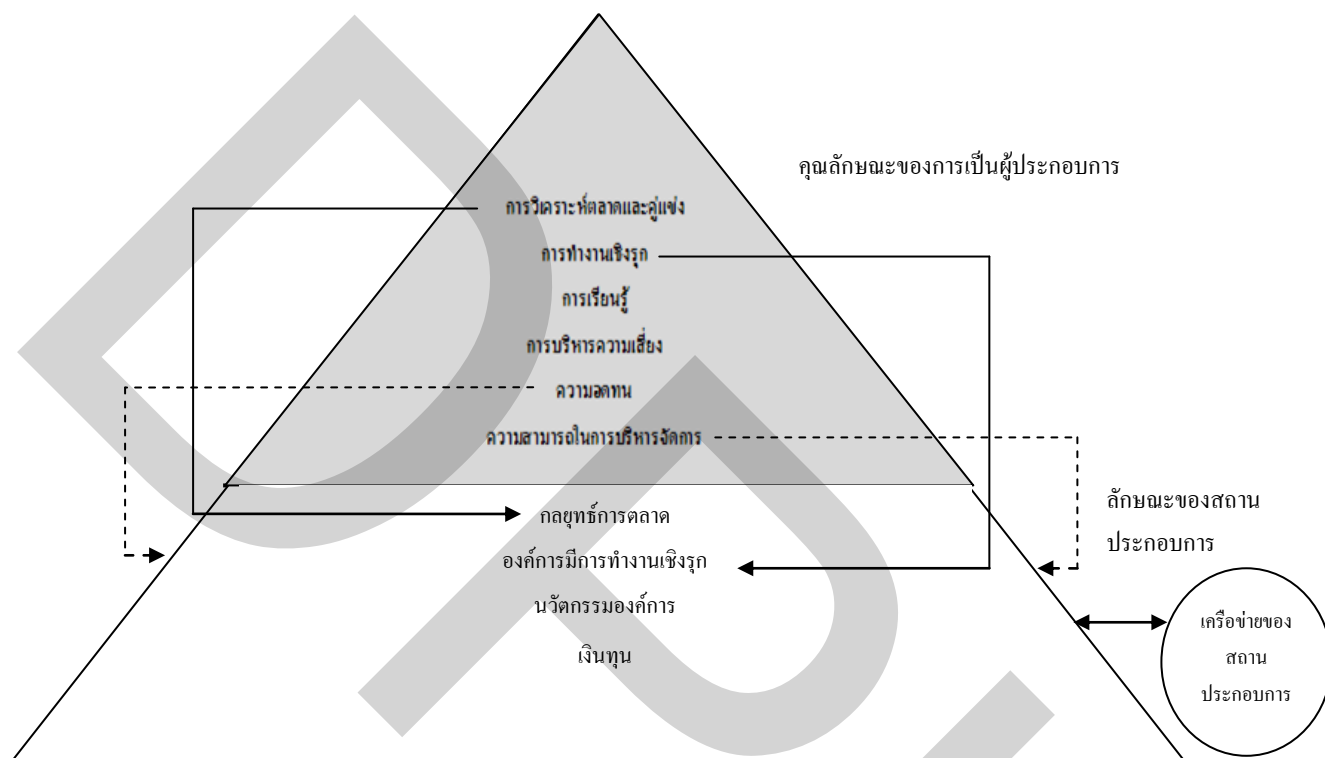
จากสมมติฐาน 4 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนสมมติฐาน 4 ซึ่งให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจในขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลาง ลักษณะของสถานประกอบการเท่านั้นที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ขณะที่สิ่งที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมคือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางมีขนาดใหญ่กว่าวิสาหกิจขนาดย่อมต้องพึ่งพาการทำงานของทีมงาน ระบบงานที่ชัดเจน และลักษณะของสถานประกอบการที่เอื้อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ โดยมีตัวแปรที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์กร ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมจำเป็นต้องพึ่งพาผู้ประกอบการเป็นหลักในการดำเนินงาน โดยมีตัวแปรที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และการเรียนรู้

จากจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 99.0 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553, น. 4-1; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554, น. 4-4) แสดงให้เห็นว่าการจัดตั้งวิสาหกิจขนาดย่อมสามารถจัดตั้งได้ง่ายเนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับวิสาหกิจขนาดกลาง โดยทั่วไปจะเห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางมีความได้เปรียบวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในหลายๆ ด้าน เช่น มีสัดส่วนของสินทรัพย์และเงินทุนมากกว่า มีจำนวนของบุคลากรและลูกค้ามากกว่า หรืออาจจะมีลักษณะของการดำเนินงานที่เป็นระบบทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและการบริการลูกค้าได้ดีกว่าวิสาหกิจขนาดย่อมที่การดำเนินงานไม่มีความซับซ้อน มีจำนวนพนักงานน้อยและมีตลาดจำกัดเฉพาะในท้องถิ่นผู้ประกอบการจะใช้ฝีมือ และความสามารถของตนเองในการบริหารธุรกิจของตนเองเป็นหลัก เช่น ธุรกิจร้านซักรีด ร้านอาหาร ร้านค้าขนาดเล็ก เป็นต้น หรือธุรกิจที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะด้าน เช่น ช่างก่อสร้างและ

ซ่อมแซม ช่างออกแบบและให้คำปรึกษา ช่างผม ช่างฝีมือ ฯลฯ ดังนั้นจะเห็นว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวมักมีสาเหตุมาจากการประกอบการโดยตรง

กล่าวโดยสรุปการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการจำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจทำให้ทราบว่า การเจริญเติบโตของวิสาหกิจมาจากปัจจัยที่แตกต่างกัน โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ แสดงให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ดีมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลทำให้ลักษณะของสถานประกอบการมีการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่จะมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการแล้วยังจะมีอิทธิพลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจภาคการผลิต ภาคการค้า และวิสาหกิจขนาดย่อมจำเป็นต้องมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญได้แก่ ความสามารถในการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ การบริหารความเสี่ยง ความอดทน และความสามารถในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับแนวความคิดและ ผลการศึกษาที่สำคัญของ Miller (1983) Covin and Slevin (1991) Lumpkin and Dess (1996) ที่พบว่า การทำงานเชิงรุกและการบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนลักษณะของสถานประกอบการในด้านองค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมองค์การ เงินทุน และเครือข่ายของสถานประกอบการจะเป็นปัจจัยสำคัญของลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคบริการ และวิสาหกิจขนาดกลาง โดยปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมองค์การมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Harms (2009) ที่พบว่าสถานประกอบการจะต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วน หรือตอบสนองต่อตลาดเฉพาะส่วนซึ่งเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมขององค์การในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย เป็นการเพิ่มคุณค่าให้สถานประกอบการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

จากคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงถึงลักษณะของสถานประกอบการได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปร

หมายเหตุ. —> หมายถึง ความสัมพันธ์โดยตรงเนื่องจากเป็นประเด็นเดียวกัน

--> หมายถึง ความสัมพันธ์โดยอ้อมที่ผู้บริหารดำเนินการกับสถานประกอบการ โดยผ่านหลายประเด็น

จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญข้างต้นมีความสัมพันธ์โดยตรงตามเครื่องหมายลูกศรเส้นทึบจากคำจำกัดความและจากคำถามในแบบสอบถามที่เป็นประเด็นเดียวกัน ส่วนความสามารถในการบริหารจัดการและความอดทนเป็นคุณลักษณะที่ทำให้เกิดลักษณะต่างๆ หลายลักษณะของสถานประกอบการ ดังนั้นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ เนื่องจากการศึกษาพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

1. จากการศึกษาที่พบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแตกต่างกันตามขนาด และประเภทของวิสาหกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจแต่ละประเภทควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการอย่างเหมาะสม ดังนี้

1) วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้า สิ่งที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตคือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของตนเองให้มีลักษณะที่ดีมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะคุณลักษณะด้านการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง และการทำงานเชิงรุก ที่เป็นปัจจัยร่วมที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้า เช่นเดียวกับคุณลักษณะอื่นๆ ที่เหลือคือ การเรียนรู้ การบริหารความเสี่ยง ความอดทน และความสามารถในการบริหารจัดการ

2) วิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจภาคบริการ สิ่งที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตคือลักษณะของสถานประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาสถานประกอบการของตนเองให้มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาสถานประกอบการให้มีลักษณะของการทำงานในเชิงรุก มีการวางแผนและปฏิบัติกลยุทธ์ด้านการตลาด และการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยร่วมที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจภาคบริการ

แม้ว่าจากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจโดยอ้อม แต่การเน้นให้สถานประกอบการมีลักษณะที่ดีโดยอาจอาศัยที่ปรึกษาหรือการใช้วิธีการให้หน่วยงานภายนอกทำงานบางส่วนให้ (Outsource) ก็สามารถส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจได้โดยอาจไม่ต้องอาศัยศักยภาพของผู้ประกอบการ

2. จากการศึกษาที่พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีระดับการปฏิบัติในลักษณะของสถานประกอบการที่ดีอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากขึ้นี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดีในสถานประกอบการของตนเองน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง สิ่งที่มีการปฏิบัติได้น้อยกว่าคือ ความพร้อมด้านเงินทุน การสร้าง

เครือข่ายของสถานประกอบการ การมีกลยุทธ์ทางการตลาด และการทำงานขององค์กรในเชิงรุก ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมจะต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานประกอบการในด้านดังกล่าวให้ดียิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

1. จากการศึกษาที่พบว่า ระดับการปฏิบัติที่เกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการที่ดีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีการปฏิบัติซึ่งมีคะแนนต่ำ ได้แก่ เงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และบุคลากรที่ดี ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ความรู้แก่ผู้ประกอบการในด้านดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ดังนี้ 1) พัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินต่างๆ ได้โดยง่าย และให้ความรู้และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเงินที่มีประสิทธิภาพ 2) สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่ายวิสาหกิจอย่างครบวงจรตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำไปถึงกระบวนการปลายน้ำคือสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค 3) ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านสินค้า ราคา การกระจายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างยอดขายและกำไรให้แก่วิสาหกิจ และ 4) ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านบุคลากร เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในองค์กรให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. จากการศึกษาที่พบว่า ระดับการปฏิบัติที่เกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการที่ดีของวิสาหกิจขนาดย่อมมีคะแนนการปฏิบัติต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อมมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง โดยด้านที่มีคะแนนการปฏิบัติต่ำกว่า ได้แก่ 1) เงินทุน 2) เครือข่ายของสถานประกอบการ 3) กลยุทธ์การตลาด และ 4) องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ความรู้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในด้านเงินทุน เครือข่ายของสถานประกอบการ และ กลยุทธ์การตลาด เช่นเดียวกับวิสาหกิจในภาพรวมตามที่ได้เสนอแนะในข้างต้น รวมทั้งการสร้างเสริมให้พนักงานในองค์กรมีการทำงานในลักษณะเชิงรุก ซึ่งจะเป็นความพยายามร่วมกันของพนักงานในการปฏิบัติ แสวงหาโอกาส และวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน เป็นส่วนสนับสนุนให้สถานประกอบการมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพที่จะเจริญเติบโตต่อไปได้ในอนาคต

3. แม้ว่าผลการศึกษาระบุว่ารูปแบบความสัมพันธ์มีความแตกต่างกันตามขนาดและประเภทของวิสาหกิจ แต่เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญของแต่ละขนาดและประเภทของวิสาหกิจพบที่มีความเหมือนกันในบางปัจจัยหรือมีความต่างกัน ในลำดับความสำคัญ นอกจากนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดของความหมายของแต่ละปัจจัยจากข้อคำถามในแบบสอบถามพบว่าปัจจัยหลายตัวมีความเชื่อมโยงกันสูง ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาครัฐควรจัดหลักสูตรการอบรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาทั้งทักษะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการอย่างครบถ้วน โดยจัดการอบรมโดยแยกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการ และกลุ่มบุคลากร มีประเด็นหัวข้อการอบรมดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการ

- 1) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
- 2) การทำงานเชิงรุกเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง
- 3) การบริหารความเสี่ยง
- 4) ความสามารถในการบริหารจัดการ
 - การวางแผนกลยุทธ์
 - การแปลงแผนกลยุทธ์มาเป็นแผนปฏิบัติการ
 - การกำหนดตัวบ่งชี้วัดผลการทำงาน
 - การติดตามการปฏิบัติงานตามแผน
 - การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงาน
 - การประเมินผลการปฏิบัติงาน
 - การบริหารทรัพยากรบุคคล
- 5) การวิเคราะห์แหล่งทุน และการดำเนินการเพื่อการขยายทุน
- 6) การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM)

ประเด็นดังกล่าวจะเป็นส่วนที่ส่งผลต่อสถานประกอบการให้มีลักษณะที่ดีซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการทำงานผ่านบุคลากร ดังนั้นหัวข้อการอบรมบุคลากรจึงมีข้อเสนอดังนี้

กลุ่มบุคลากร

- 1) การทำงานเชิงรุกเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง
- 2) การวางแผนกลยุทธ์การตลาด
- 3) การสร้างนวัตกรรมในองค์กร

อย่างไรก็ตามประเภทของวิสาหกิจที่มีลักษณะของการดำเนินงานแตกต่างกันออกไปก็ควรได้รับการพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) วิสาหกิจภาคการผลิต ควรได้รับการพัฒนาในด้านการวางแผนความต้องการวัสดุ การวางแผนการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการควบคุมต้นทุนการผลิต
- 2) วิสาหกิจภาคการค้า ควรได้รับการพัฒนาในด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง อาทิ การจัดการสินค้า การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบร้าน การใช้เทคโนโลยี และการกระจายสินค้า
- 3) วิสาหกิจภาคการบริการ ควรได้รับการพัฒนาในด้านจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี (Service mind) และการสร้างมาตรฐานในงานบริการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง (Squared Multiple Correlation: R^2) ของตัวแปรการเจริญเติบโตที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้มีค่าระหว่าง 0.07 ถึง 0.16 หรือตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบทั้งคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเจริญเติบโตได้ร้อยละ 7.0 ถึงร้อยละ 16.0 อาจเป็นผลจากการใช้มาตรวัดของตัวแปรอิสระที่วัดด้วยระดับคะแนนซึ่งมีการกระจายของข้อมูลจำกัดอยู่ในช่วง 1 ถึง 5 คะแนน และตัวแปรที่กำหนดในการศึกษาอาจยังไม่ได้ครอบคลุมคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และหรือลักษณะของสถานประกอบการที่ครบถ้วน ในขณะที่ตัวแปรตามการวัดจำเป็นต้องอาศัยการวัดด้วยค่าร้อยละเพื่อประเมินผลประกอบการเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งมีการกระจายของข้อมูลสูงทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ แต่ตัวเลขเป็นการประเมินโดยผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งอาจให้ตัวเลขคร่าวๆ โดยไม่ได้คำนวณมาจากอัตราการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง นอกจากนี้การเจริญเติบโตของวิสาหกิจอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ เช่น ปัจจัยด้านกลยุทธ์การบริหารธุรกิจ การบริหารจัดการต้นทุน การใช้เทคโนโลยี และการบริการ ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาการวัดค่าตัวแปร และการกำหนดตัวแปรให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยภายในองค์กรที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ การทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิ นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจ อัตราดอกเบี้ย และค่าแรง เป็นต้น ซึ่งอาจจะส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต

3. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งได้มาจากการศึกษาในเชิงปริมาณ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาควักซ์ไปกับการศึกษาในเชิงคุณภาพ อาทิ การประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึก ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

4. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารซึ่งอาจทำให้ทราบถึงข้อมูลเพียงด้านเดียว การทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวอย่างเพิ่มเติมที่เป็นพนักงานในสถานประกอบการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นมุมมองเพิ่มเติมจากพนักงาน และเป็น การตรวจสอบความสอดคล้องเกี่ยวกับการปฏิบัติตามคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งอาจทำให้ข้อสรุปมีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

กรม
การ
การ
การ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กมลกานต์ เทพรานนท์. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กฤษฎา รุจิธำรงกุล. (2548). กลยุทธ์การเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็กและขนาดกลาง (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ขวัญเชิญ ภาคจีน. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นจาก <http://research.rdi.ku.ac.th/world/cache/e4/abstKwanchoenPAKAll.pdf>
- จรรยาภรณ์ พรหมคุณ. (2551). ปัจจัยและการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป. วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 4(1), 21-31.
- จักรมณต์ ผาสุกานิช. (2550). สารจากปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. ในฐานะข้อมูลทำเนียบสมาชิกสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย.
- จิตติภา งามเกริกโชติ และมาร์ค วิลเลียม สปีซ์. (2548). การศึกษาผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนากลยุทธ์และการวางแผนของธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก http://www.trf.or.th/research/project_detail.asp?PROJECTID=TRG4580079
- เฉลิมศักดิ์ ชุ่มเชื้อ. (2544). ปัญหาและอุปสรรคในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของภาคธุรกิจขนาดเล็กของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe /\[in=book1.par/?2006=109358&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe /[in=book1.par/?2006=109358&^t2/)

- ชัยศักดิ์ ไทยอุบลัมป์. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีช่วงกลาง เชียงใหม่*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book1.par/?2006=141551&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book1.par/?2006=141551&^t2/)
- ฐาปนา บุญหล้า. (2550). *คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจ สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลีแอสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นลินี ปุสสทေး. (2545). *การบัญชีเพื่อการส่งออกสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book1.par/?2006=137321&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book1.par/?2006=137321&^t2/)
- เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2552). *ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ทริปเพ็ด กรุ๊ป.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- บุญชัย นพพรพิทักษ์. (2542). *ศึกษาแนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดระยอง*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book1.par/?2006=103090&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book1.par/?2006=103090&^t2/)
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs*. (2552, มีนาคม). สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2553, จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=415580>
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- เมศกู๊น, ฟรานเซส. (2550). *กลยุทธ์สู่ความสำเร็จสำหรับเจ้าของและ CEO ยุคใหม่* (อัญญา จารวงศ์วิเศษย์, ผู้แปลและเรียบเรียง). กรุงเทพฯ: โนวเลจเบสท์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2548). *การศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก <http://www.trf.or.th/research/abstract.asp?PROJECTID=MRG4780112>

- ลลิตา วงศ์สม. (2543). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าสู่มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ของโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง กรณีศึกษา เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book1.par/?2006=105518&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book1.par/?2006=105518&^t2/)*
- วรรณิ ชลนภาสถิต. (2552,มกราคม-มิถุนายน). SMEs ธุรกิจสู่เศรษฐกิจ. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (มหาวิทยาลัยรังสิต)*, 5,(1), 5-19.
- วรากรณ์ สามโกเศศ. (2546). อะไรทำให้ Best CEO's ประสบผลสำเร็จ. *ไทยคุณ*, 6,(71), 91-92.
- วันฉัตรวิวัฒน์ โสภาสวัสดิ์. (2543). *นโยบายรัฐเพื่อการแก้ปัญหาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ศึกษาเฉพาะกรณีภาคอุตสาหกรรมการผลิต. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book1.par/?2006=105616&^t2/](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book1.par/?2006=105616&^t2/)*
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.ismed.or.th/SME2/src/bin/controller.php?view=knowledeInsite.Knowledg>.*
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุฬิรัชนีกร, และสมมาตร จุติกพงษ์. (2549). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคอุตสาหกรรม. การจัดการภาครัฐและเอกชน*, 12(10), 39-58.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุฬิรัชนีกร, และสมมาตร จุติกพงษ์. (2550). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคบริการ. เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ*, 2(1), 25-36.
- สมคิด เจดีย์วงศ์ และคณะ. (2549). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ (รายงานการวิจัย). เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.*
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2550). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554).* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้มปี 2551.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปี 2553 และแนวโน้มปี 2554.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปี 2554 และแนวโน้มปี 2555.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

- สุกัญญา อธิปอนันต์. (2550). *การวิจัยกลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ปี 2550*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก <http://www.riclib.nrct.go.th/abs/ab204711.pdf>.
- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. (2550). *ภาวะความเป็นผู้นำ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- สุปราณี ศรีจักราภิมุข. (2544). *การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชนีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคองการพิมพ์.
- อำนาจ ชีรวนิช. (2546). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

- Acs, Z. J., & Armington, C. (2006). *Entrepreneurship, Geography and American Economic Growth*. New York: Cambridge University Press.
- Allen, K. R. (2006). *Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approach* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari. (2010). Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia. *International Business Research*, 3(2), 34-48.
- Anarnkaporn, A. (2006). *Branding as a competitive strategy in SMEs*. Retrieved July 15, 2009, from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=185105&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=185105&^t2)
- Ansoff, I. H. (1988). *The New Corporate Strategy*. New York: John Wiley & Sons.
- Artsmiti, W. (2004). *The demand for translation in Thai SMEs*. Retrieved July 15, 2009. [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=154914&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=154914&^t2)
- Baird, I. S., Lyles, M. A., and Orris, J.B. (1994). The Choice of International Strategies By Small Business. *Journal of Small Business Management*, 48-59.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley & Sons.

- Boohene, R., Sheidan, A., & Kotey, B. (2008). Gender, personnel values, strategies and small business performance: A Ghanaian case study. *Equal Opportunities International*, 27(3), 237-257.
- Burgelman, R.A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management Science*, 29(12), 1349-1364.
- Burn, P. (2001). *Entrepreneurship and Small Business*. NH: Palgrave.
- Carneiro, A. (2007). What is required for growth?. *Business Strategy Series*, 8(1), 51-57.
- Center for Good Governance. (2006). *Handbook on General Management for Public Manager*. Retrieved October 4, 2011. From www.cgg.gov.in/publicationdownloads/handbook%20on%20mgt%20di.pdf
- Cheasakul, U. (2001). *An Empirical Study of Organizational Performance in Small and Medium Enterprises: an Investigation of Food Industry in Thailand*. Retrieved July 15, 2009, from <http://dcms.thailis.or.th>
- Chow, I. (2006). The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in China. *S.A.M. Advanced Management Journal*, 71(3), 11-20.
- Chung, H. F. L. (2003). International Standardization Strategies: The Experiences of Australian and New Zealand Firms Operating in the Greater China Markets. *Journal of International Marketing*, 11(3), 48-82.
- Coompanthu, S. (2004). *Development of degree of internationalization construct and study of antecedents and outcomes of internationalization of Thai firms*. Retrieved July 15, 2009. From http://elibrary.trf.or.th/download_fullstep1.asp
- Covin, J. G., & Miles, M.P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47-63.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of Management Studies*, 25(3), 217-259.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75- 87.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.

- Covin, J.G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006, January). Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 57-81.
- Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship—And After? A Study of Growth Willingness in Small Firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), 211.
- De Vries, A. (2010). The Effect of Firm Characteristics and Economic Factors on Capital Structures: A South African Study. *The Business Review*, 15, 205-211.
- Dess, G.G., Ireland, R.D., Zahra, S.A., Floyd, S.W., Janney, J.J. and Lane, P.J. (2003). Emerging issues in corporate entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 351-378.
- Dess, G. G., Lumpkin, G.T., & Covin, J.G. (1997). Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Test of Contingency and Configurational Model. *Strategic Management Journal*, 18(19), 677-695.
- Dess, G. G., Lumpkin G.T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic management: Text & Case* (3rd ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Dess, G. G., Lumpkin, G.T., & Taylor, M. L. (2005). *Strategic management: Creating competitive advantage* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Diamantopoulos, A., & Siguaaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. London: SAGE.
- Dollinger, M. J., and Golden, P. A. (1992). Interorganizational and Collective strategies in Small Firms: Environmental Effects and Performance. *Journal of Management*, 18(4), 495-715.
- Edwards, C. C.. (2008). *Assessing Entrepreneurship and African American Women: Factor of success*. Minnesota: Northcentral University.
- EI Tarabishy, A. (2006). *An Exploratory Study Investigating the Relationship between the CEO's Leadership and Organization's Entrepreneurial Orientation*. Washington: The George Washington University.
- Entrialgo, M. (2002). The Impact of the Alignment of Strategy and Managerial Characteristic on Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 40(3), 260-270.
- Evans, D. S. (1987). Tests of Alternative Theories of Firm Growth. *Journal of Political Economy*, 95(4), 657-674.

- Ferreira, J., & Azevedo, S. (2007). *Entrepreneurial Orientation as a main Resource and Capability on Small Firm's Growth*. Retrieved May 2, 2009, from [http://mpa.ub.uni-muenchen.de/5682/MPRA paper No.5682.posted09.November2007/16:57](http://mpa.ub.uni-muenchen.de/5682/MPRA_paper_No.5682.posted09.November2007/16:57)
- Fiegenbaum, A., & Karnani, A. (1991). Output Flexibility: A Competitive Advantage For Small Firms. *Strategic Management Journal*, 12, 101-114.
- Frederiksen, L. W., & Taylor, A. E. (2010). *Spiraling up: How to Create a High Growth, High Value Professional Services Firm*. Virginia: Hinge Research Institute.
- Fuller, R. L. (2008). *An empirical comparison of the absorptive capacity and responsiveness of Russian and American growth-Oriented small and medium enterprises (SMEs)*. Retrieved May 15, 2009, from <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1537007281&sid=9&Fmt=2&clientId=60588&RQT=309&VName=PQD>
- Giglierano, J. J. (1987). *The Relationship Between Founder's Prior Experience, Strategy Making Style, Strategy and Performance*. Ohio: The Ohio State University.
- Gray, C. (1992). Growth-Oriented and the Small Firm. *Small Enterprise Development*, 59-71.
- Gray, C. (2002). Entrepreneurship, Resistance to Change and Growth in Small Firms. *Journal of Small Business and enterprise Development*, 9(1), 61-72.
- Guth, W.D., & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings* (4th ed.). Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Harada, N. (2004). Productivity and Entrepreneurial Characteristics in New Japanese firm. *Small Business Economics*, 23, 299-310.
- Harms, R. (2009). A Multivariate Analysis of the Characteristics of Rapid Growth Firms, Their Leaders, and Their Market. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(4), 429-454.
- Hashim, K. M., Wafa, A. S., & Sulaiman, M. (2001). *Performance of SMEs in the Malaysian Manufacturing Sector*, Asian Small and Medium Enterprise: Challenges in the 21st Century (pp.279-311). England: Wisdom House.
- Hatten, T. S. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin.

- Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences* (5th ed.). Boston: Houghton Mifflin College Div.
- Hodgetts, R. M., & Kuratko, D. F. (1995). *Effective Small Business Management* (5th ed.). Fort Worth: Dryden.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E.G. (2006). *Service Marketing: Concepts, Strategies, & Cases* (3rd ed.). Marson: Thomson.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Horner, M. (1997). Leadership theory: past, present and future. *Team Performance Management*, 3(4), 270 – 287.
- Hu, L.T., & Bentler, P.M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Janssen, F. (2006). Do Managers' Characteristics Influence the Employment Growth of SMEs?. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(3), 293-316.
- Jeardumrong, N. (2003). *Propose supply chain management model for Thai SMEs*. Retrieved July 15, 2009. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]?t2006=173415&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]?t2006=173415&^t2)
- Kaikkonen, V. (2006, June). Exploring The Dilemmas Of Small Business Growth: The Case Of Rural Food-Processing Micro Firms. *Journal of Enterprising Culture*, 14(2), 87-104.
- Kangasharju, A. (2000). Growth of the Smallest: Determinacy of small firm Growth During Strong Macroeconomic Fluctuation. *International Small Business Journal*, 19(1), 28-43.
- Karami, A., Analoui, F., & Kakabadse, N. K. (2006). The CEOs' characteristics and their strategy development in the UK SME sector. *The Journal of Management Development*, 25, 3/4.
- Kathleen, R. (2006). *Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approaching* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Keh, H.T., Nguyen, T.T.M., & Ng, H.P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592-611.

- Kelloway, E. K. (1998). *Using LISREL for Structural Equation Modeling: A Researcher's Guide*. Thousand Oaks: SAGE.
- Kim, Y., & Choi, Y. (1994). Strategic Types and Performances of Small Firms in Korea. *International Small Business Journal*, 13(11), 13-25.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Krauss, S. I., Frese, M., Friedrich, C., & Unger, J. M. (2005). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. *European journal of work and organizational psychology*, 14(3), 315-344.
- Kreiser, P. M., & Davis, J. (2009). A revised conceptual model of the firm-level entrepreneurial process. *Journal of Small Business Strategy*, 20(1), 1-18.
- Lee, Sang M. and Peterson, Suzanne J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competiveness. *Journal of World Business*, 35, 401-416.
- Levy, M., & Powell, P. (2005). *Strategies for growth in SMEs: The role of information and information systems*. United Kingdom: Elsevier Butterworth-Hinemann Publication.
- Lim, S. (2009). *Entrepreneurial Orientation and The Performance of Service Business*. Retrieved March 7, 2009. from <http://www.decisionsciences.org/Proceedings/DSI2008/docs/392-9586.pdf>
- Limsuwan, P. (2003). *Factors affecting needs on SMEs policy of hotel employees in Pataya area*. Retrieved July 15, 2009. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=141216&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=141216&^t2)
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty J. W., & Palich, L. E. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. NP: South-Western.
- Lowe, P., & Talbot, H. (2000). Policy for Small Business Support in Rural Areas: a Critical Assessment of the Proposals for the Small Business Service. *Regional Studies*, 34(5), 479-485.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

- Man, T. W. Y., Lau, T., & Snape, E. (2008). Entrepreneurial Competencies and the Performance of Small and Medium Enterprises: An Investigation through a Framework of Competitiveness. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21(3), 257-276.
- Miller, D., & Friesen, P. (1984). A Longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, 30(10), 1161-1183.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Miller, D. (1987). Strategy making and structure: analysis and implications for performance. *Academy of Management Journal*, 30(1), 7-32.
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review*, 2, 44-53.
- Mittal, K. C. (2003). *Industrial Entrepreneurship*. Deep and Deep Publications PVT. Ltd.
- Moreno, A. M., & Casillas, J. C. (2007). High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19, 89-88.
- Morrison, A., Breen, J., & Ali, S. (2003). Small Business Growth: Intention, Ability, and Opportunity. *Journal of Small Business Management*, 41(4), 417-425.
- Mostafa, R., Wheeler, C., & Jones, M. (2006). Entrepreneurial orientation, commitment to the Internet and export performance in small and medium sized exporting firm's. *Journal of International Entrepreneurship*, 3, 291-302.
- Norusis, M. J. (1995). *SPSS 6.1: Guide to Data Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Pasanen, M. (2007). SME Growth Strategies: Organic Or Non-Oganic?. *Journal of Enterprising Culture*, 15(4), 317-338.
- Piest, B. (1994). *Planning Comprehensiveness and Strategy in SMEs*. *Small Business Economic*, 6, 387-395.
- Pindado, J., De Queiroz, V., & De la Torre, C. (2010). How Do Firm Characteristics Influence the Relationship between R&D and Firm Value?. *Financial Management*, 757-782.
- Pleshko, L. P., & Heiens, R. A. (2008). The contemporary product-market strategy grid and the link to market orientation and profitability. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 16, 2.

- Priyanto, S. H. (2006). A Structural Model Of Business Performance: An Empirical Study on Tobacco Farmers. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 8(1), 103-134.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 761-787.
- Raymond, L. (2008). Enabling the business strategy of SNEs through e-business capabilities: A strategic alignment perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 108(5), 557-595.
- Richardson, M., & Evans, C. (2007). *Strategy in Action: Applying Ansoff's Matrix*. *Student Advisor*, Retrieved February 21, 2010, from <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=6&hid=112&sid=843b7185-9ef9-4676-b562-ccb79ebdacf%40sessionmgr110>
- Robson, P. J A., & Bennett, R. J. (2000). SME growth: The relationship with business advice and external collaboration. *Small Business Economics*, 15, 3.
- Salimath, M. S., Cullen, J. B., & Umesh, U. N. (2008). Outsourcing and Performance in Entrepreneurial Firms: Contingent Relationships with Entrepreneurial Configurations. *Journal compilation*, 29(3), 359-376.
- Samiee, S., & Roth, K. (1992). The Influence of Global Marketing Standardization on Performance, *Journal of Marketing*, 56, 1-17.
- Samutachak, B. (2000). *Social network as a strategic resource of Thai exporting SMEs*. Retrieved July 15, 2009. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=113321&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=113321&^t2)
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2006). *Effective Small Business Management An Entrepreneurial Approach* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., & Osborn, R N. (2003). *Oganizational Behavio*. (8th ed.). NP. John Wiley & Sons.
- Schilke, O., Reimann, M., & Thomas, J. S. (2009). When Does International Marketing Standardization Matter to Firm Performance. *Journal of International Marketing*, 17, 4.

- Silpcharu, T. (1992). *The Characteristics of Entrepreneurs as Perceived by Outstanding Self-employed Alumni of the Department of Vocational Education*. Retrieved August 3, 2010. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?^t2006=38323&^t2003=1&^t2000=](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?^t2006=38323&^t2003=1&^t2000=)
- Smallbone, D., Leigh, R., & North, D. (1995). The Characteristics and Strategies of high growth SMEs. *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1(3), 44-62.
- Sriwittaya, N. (2005). *Factors influencing the decision to implement ISO 14001 Standard for small and medium enterprises (SMEs) in automotive and electrical appliance and electronics industries*. Retrieved June 15, 2009. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=176862&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=176862&^t2)
- Stevens, J. (1996). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* (3rd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Storey, D. J. (2001). *A Portrait of Success: The Facts Behind High Growth Companies in the UK*. London: Deloitte.
- Swierczek, F. W., & Thanh Ha, T. (2003). Motivation, Entrepreneurship and The Performance of SMEs in Vietnam. *Journal of Enterprising Culture*, 11(1), 47.
- Szymanski, D. M., Sundar, G. B., & P. Rajan Varadarajan. (1993). Standardization Versus Adaptation of International Marketing Strategy: An Empirical Investigation. *Journal of Marketing*, 57, 1-17.
- Tabachnik, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.
- Tanvisuth, A. (2007). International entrepreneurship activities among Thai SMEs. *Journal of business research*, 60, 556-575.
- Todd, R. P. (2006). *An Empirical Investigation of Entrepreneurial Orientation, Intention, Internationalization and Performance of small and Medium sized Enterprises (SME)*. D.B.A.: Cleveland State University.
- Tonesakulrungruang, L. (2007). *Globalization Entrepreneurial Orientation and Marketing Strategy in Thai Small and Medium-Sized Enterprises*. Bangkok: Ramkhamhaeng University.

- Trait Theory*. (n.d.). Retrieved October 4, 2011, from http://changingminds.org/disciplines/leadership/theories/trait_theory.htm
- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R., & Frese, M. (1999). Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialistic environment: On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 31-42.
- Waheeduzzaman, A. N. M., & Dube, L. F. (2003). Elements of Standardization, Firm Performance and Selected Marketing Variables: A General Linear Relationship Framework. *Journal of Global Marketing*, 16(1), 187-205.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What Success Factors are Important to Small Business Owners. *International Small Business Journal*, 22(6), 577.
- Wang, C.L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-657.
- Wiboonchutikula, P. (2001). *Efficiencies and capabilities assessment of Thai small medium-sized enterprises in the manufacturing sector*. Retrieved July 15, 2009. from [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?t2006=126748&^t2](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?t2006=126748&^t2)
- Wikipedia. (2010). *Entrepreneur*. Retrieved August 3, 2010. from <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneur>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. A., (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Bus Econ.* 32, 351-374.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- Yukl, G. A. (1998). *Leadership in Organization* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Zahra, S.A., & Covin, J.G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.
- Zahra, S.A., & Garvis, D.M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility. *Journal of Business Venturing*, 15, 469-93.

Zahra, S.A., Nielsen, A.P., & Bogner, W.C. (1999). Corporate entrepreneurship, knowledge, and competence development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 169-189.



ด
ร
ค
น
ว
ก

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

ผลของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ
ที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย



ข้อมูลพื้นฐาน

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.....

หน่วยงาน.....

ระยะเวลาที่ทำงานเกี่ยวกับ SMEs.....ปี

ประเภทของ SMEs ใดที่ท่านเคยมีประสบการณ์

ภาคอุตสาหกรรม ได้แก่.....

ภาคบริการ ได้แก่.....

ภาคการค้าปลีก/ส่ง ได้แก่.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุธีรา อะทะวงษา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โทรศัพท์ : 089 7556274, E-Mail: s_theera@hotmail.com, Fax : 053 776057

3. กรุณาให้คะแนนปัจจัยที่ท่านคิดว่าจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย

ลักษณะของสถานประกอบการ	คะแนนเต็ม 10 คะแนน
1. อายุของสถานประกอบการ	
2. ช่วงชีวิตของสถานประกอบการ (Organization Life Cycle)	
3. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน หรือความมีเอกภาพในการทำงาน	
4. การมุ่งเน้นในด้านนวัตกรรมขององค์กร	
5. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	
6. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนกู้ยืม การอบรม การออกร้าน ฯลฯ	
7. การมีเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ	
8. จำนวนเงินทุนของสถานประกอบการ	
9. การสนับสนุนจากทุนข้ามชาติ	
10. ที่ตั้งของสถานประกอบการ	
11. บุคลากรของสถานประกอบการ	
12. ประเภทของสถานประกอบการ	
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	คะแนนเต็ม 10 คะแนน
1. ความสามารถในการบริหารจัดการด้วยตนเอง มีอิสระในการตัดสินใจที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กรด้วยตนเอง	
2. การมีนวัตกรรม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	
3. การทำงานเชิงรุก	
4. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม	
5. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	
6. การเผชิญกับความเสี่ยง เช่น การลงทุนในธุรกิจ	
7. การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	
8. ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี	
9. ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว	
10. ความเชื่อมั่นในการกระทำของคนที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว	
11. การมีจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	
12. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	
13. การสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารคนกับการบริหารงาน	



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม



แบบสอบถามเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการ
ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โปรดขีด ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ และอายุของผู้ประกอบการ

ชาย อายุ.....ปี

หญิง อายุ.....ปี

2. ตำแหน่งของผู้ประกอบการ

เจ้าของ / หุ้นส่วน

ผู้บริหาร

3. ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งในข้อ 2.ปี

4. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ประกอบการ

ประถมศึกษาตอนต้น

ประถมศึกษาตอนปลาย

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

อนุปริญญา / ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. การศึกษาในต่างประเทศของผู้ประกอบการ

ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศ

เคยศึกษาในต่างประเทศ

ระดับที่ศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. การสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว

เป็นกิจการสืบทอดต่อจากครอบครัว

เป็นกิจการที่บุกเบิกด้วยตนเอง (ข้ามไปตอบข้อ 8.)

7. การได้รับการสนับสนุน และช่วยเหลือกิจการจากครอบครัว

ไม่ได้ได้รับการสนับสนุน และความช่วยเหลือใดๆ จากครอบครัว

ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากครอบครัวอยู่เสมอ

ด้านที่ได้รับการสนับสนุน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เงินทุน

ให้คำปรึกษา

แก้ปัญหาต่างๆ

อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ

ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน

มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่น

9. รูปแบบของสถานประกอบการ

- เจ้าของคนเดียว บริษัทจำกัด
 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. สถานประกอบการได้ก่อตั้งมาแล้วกี่ปี..... ปี

11. ลักษณะของสถานประกอบการ (เลือกตอบได้เพียงกิจการเดียว ที่ดำเนินกิจการหลัก)

- กิจการการผลิต กิจการให้บริการ
 กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก

12. จำนวนพนักงานประจำในสถานประกอบการรวมเจ้าของและญาติ (เลือกตอบได้เพียงกิจการเดียว ที่ดำเนินกิจการหลัก)

กิจการการผลิต

- 1 – 50 คน 51 – 200 คน มากกว่า 200 คน

กิจการให้บริการ

- 1 – 50 คน 51 – 200 คน มากกว่า 200 คน

กิจการค้าส่ง

- 1 – 25 คน 26 – 50 คน มากกว่า 50 คน

กิจการค้าปลีก

- 1 – 15 คน 16 – 30 คน มากกว่า 30 คน

13. จำนวนสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (เลือกตอบได้เพียงกิจการเดียว ที่ดำเนินกิจการหลัก)

กิจการการผลิต

- 1 – 50 ล้านบาท 51 – 200 ล้านบาท มากกว่า 200 ล้านบาท

กิจการให้บริการ

- 1 – 50 ล้านบาท 51 – 200 ล้านบาท มากกว่า 200 ล้านบาท

กิจการค้าส่ง

- 1 – 50 ล้านบาท 51 – 100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาท

กิจการค้าปลีก

- 1 – 30 ล้านบาท 31 – 60 ล้านบาท มากกว่า 60 ล้านบาท

14. ผลประกอบการของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า

ผลประกอบการ เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า	ปี 51 (เทียบกับปี 50)	ปี 52 (เทียบกับปี 51)	ปี 53 (เทียบกับปี 52)
การเปลี่ยนแปลงของ ยอดขาย	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม
การเปลี่ยนแปลงของ กำไรสุทธิ	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input checked="" type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input checked="" type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม
การเปลี่ยนแปลงของ เงินทุน	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม
การเปลี่ยนแปลงของ สินทรัพย์รวม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input checked="" type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม
การเปลี่ยนแปลงของ กำลัง การผลิต	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม	<input type="checkbox"/> เพิ่มขึ้น.....% <input type="checkbox"/> ลดลง.....% <input type="checkbox"/> เท่าเดิม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อระบุลักษณะการดำเนินงานของท่านในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
1. ท่านมีแผนการทำงานอย่างชัดเจนทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว			
2. ท่านได้แจ้งโครงสร้างการทำงาน และหน้าที่ต่างๆ ให้พนักงานทราบอย่างชัดเจน			
3. เมื่อพนักงานทำงานสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ท่านจะยกย่องชมเชย มอบรางวัล หรือจ่ายค่าตอบแทนพิเศษให้			
4. พนักงานสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ท่านได้มอบหมายทุกครั้ง			
5. ท่านมีการประเมิน และสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง			
6. ที่ผ่านมามีคนได้ศึกษาค้นคว้า ทดลอง เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ ให้มีคุณภาพดีขึ้น			
7. ที่ผ่านมามีคนได้ซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในสถานประกอบการ			
8. ท่านปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์แก่ลูกค้า และสถานประกอบการของท่าน			
9. ในที่ประชุมท่านเปิดโอกาสให้พนักงานได้เสนอแนะถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ			
10. ท่านให้ความสำคัญมากในการพัฒนาสินค้า หรือบริการเพื่อให้มีคุณภาพที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง			
11. ท่านติดตามข่าวสารและสถานการณ์ปัจจุบัน และมีการประเมินการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการของท่าน			
12. ท่านได้คิด แสวงหาโอกาส และหาวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น			
13. ท่านทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวของคู่แข่งเป็นอย่างดี			
14. ท่านมีการติดตาม และพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ			
15. ท่านมีความพยายามอย่างมากที่จะทำให้สถานประกอบการของท่านเป็นผู้นำเหนือคู่แข่ง			
16. ท่านเชื่อว่าความรู้ และข้อมูลมีประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของท่านมากกว่า การลองผิดลองถูก			

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
17. ท่านได้แสวงหาความรู้และข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของท่านเสมอ			
18. ที่ผ่านมามีท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น การอบรม สัมมนา เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง			
19. การทำงานของท่านในปัจจุบันเกิดจากการนำความรู้และประสบการณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับสถานประกอบการของท่าน			
20. ท่านมีการประเมินผลจากการนำความรู้ใหม่ๆ มาใช้เสมอ			
21. ท่านเชื่อว่าความสำเร็จ หรือความล้มเหลวเกิดจากความพยายาม			
22. ท่านจะยังคงดำเนินธุรกิจ แม้ว่าจะต้องประสบกับปัญหา อุปสรรค หรือสภาพการแข่งขันที่รุนแรง			
23. ท่านได้จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อมุ่งหวังให้สถานประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี			
24. ที่ผ่านมามีท่านจะไม่ล้มเลิกความพยายามจนกว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้			
25. หากท่านสามารถกระทำได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เดิม ในอนาคตท่านก็จะตั้งเป้าหมายใหม่ที่ท้าทายมากยิ่งขึ้น			
26. ในช่วง 2 ปีมีลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าของท่านน้อยมากคือไม่เกิน 10 ครั้ง			
27. ที่ผ่านมามีการต่อต้าน ประท้วงหรือหยุดงานของพนักงานต่อนโยบายของสถานประกอบการ			
28. ท่านไม่เคยใช้วิธีที่ไม่สุจริตหรือไม่ใสสะอาดในการแข่งขันทางการค้ากับคู่แข่งของท่าน			
29. ที่ผ่านมามีท่านไม่เคยผิมนัดชำระเงินกับเจ้าหนี้			
30. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านดำรงอยู่ได้ต้องพึ่งพาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม			
31. ท่านร่วมกับสถานประกอบการอื่นในการผลิตสินค้า ขายสินค้า หรือส่งเสริมการขายร่วมกัน			
32. ท่านร่วมมือกับสถานประกอบการอื่นเพื่อซื้อวัตถุดิบในราคาต่ำ			
33. ท่านเป็นสมาชิกของชมรม หรือสมาคมอื่นๆ			
34. ท่านสนใจเข้าร่วมโครงการของรัฐที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ			
35. ท่านมีหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนคอยให้การช่วยเหลือ สนับสนุน			
36. ท่านรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของพนักงานเสมอ			

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
37. ท่านเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงานเสมอ			
38. ที่ผ่านมามีพนักงานจะมีส่วนร่วมในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกครั้ง			
39. ท่านจะไม่กระทำกิจกรรมใดๆ หากพนักงานส่วนใหญ่ไม่เห็นชอบ			
40. พนักงานจะมีอิสระในการตัดสินใจ และแก้ปัญหาการทำงานในภาระหน้าที่ของตนเองได้			
41. ที่ผ่านมามีท่านไม่เคยรู้สึกเบื่อหน่าย เหนื่อยล้า และย่อท้อต่อการทำงาน			
42. ท่านเชื่อว่าผู้ประกอบการที่เริ่มต้นใหม่ก็สามารถประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้			
43. ที่ผ่านมามีท่านไม่เคยยอมแพ้ แม้ว่าธุรกิจต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคใหญ่ๆ ที่ยากต่อการแก้ไข			
44. ท่านคิดเสมอว่าเรื่องงานต้องมาก่อนเรื่องส่วนตัว			
45. ที่ผ่านมามีท่านไม่เคยพลาดการนัดหมายของท่าน			
46. ท่านศึกษาพฤติกรรม หรือความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ			
47. ท่านวิเคราะห์เพื่อประเมินจุดแข็ง และจุดอ่อนของสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ			
48. ท่านวิเคราะห์เพื่อประเมิน โอกาส และอุปสรรคของสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ			
49. ท่านสามารถระบุได้ว่าใครคือคู่แข่งขั้นทางตรง และทางอ้อม			
50. ท่านติดตาม และทราบความเคลื่อนไหวของคู่แข่งขั้นอย่างต่อเนื่อง			
51. ท่านมีนิสัยกล้าเสี่ยงเพราะเชื่อว่าหากเสี่ยงสูงก็จะได้ผลตอบแทนสูง			
52. ท่านรับได้กับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น เศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน หรือนโยบายของรัฐ			
53. ท่านมีแผนรองรับความเสี่ยงด้านการเงิน			
54. ท่านมักจะลงทุนในโครงการที่ให้ผลตอบแทนสูง แม้ต้องกู้ยืมจากสถาบันการเงิน			
55. หากมีโอกาสทางการตลาด ท่านจะลงทุนทันที			

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

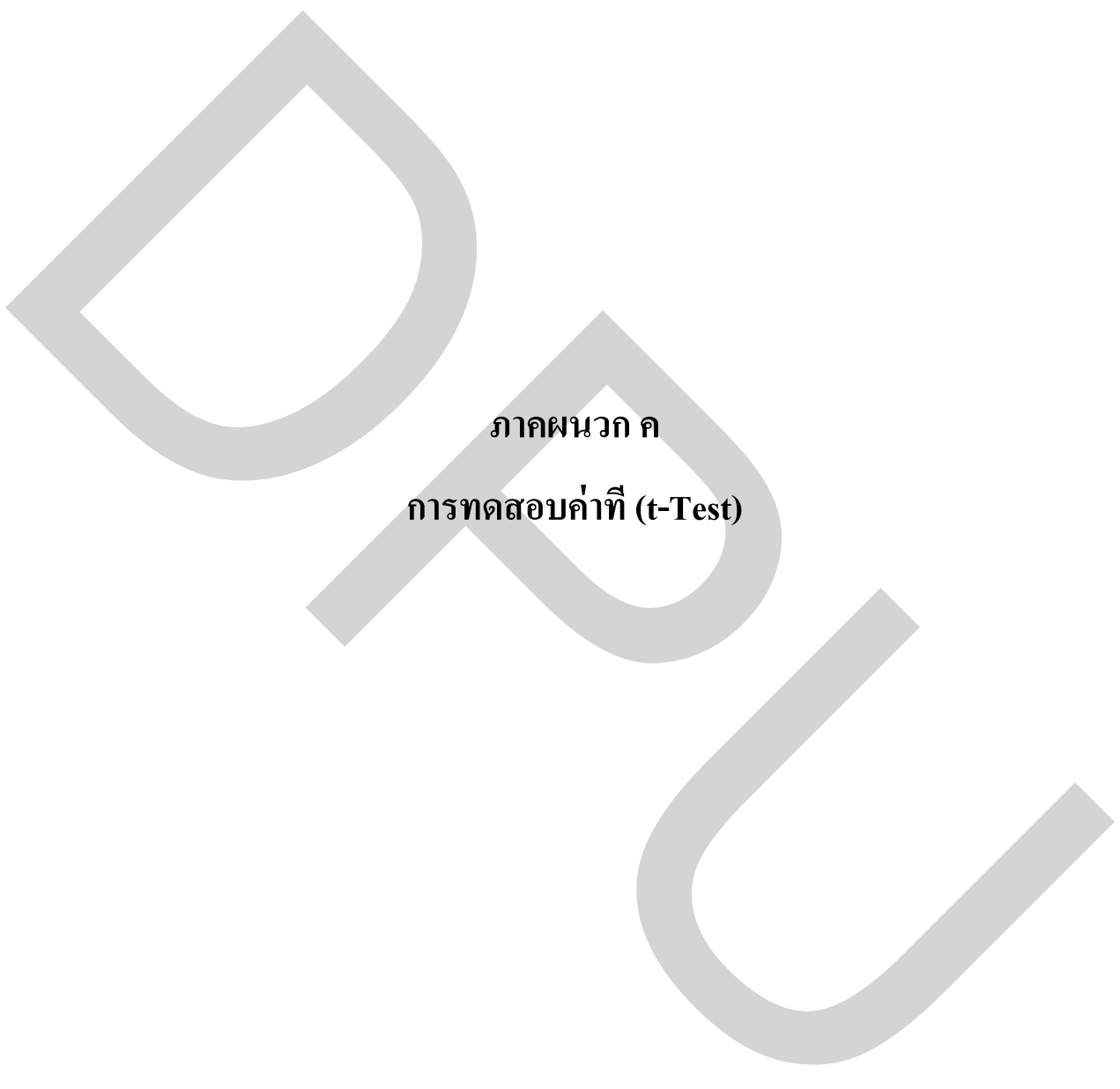
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อระบุลักษณะการดำเนินงานในสถานประกอบการของท่านในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
1. สถานประกอบการของท่านได้พัฒนารูปแบบสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพแตกต่างจากเดิมอย่างต่อเนื่อง			
2. สถานประกอบการของท่านมีเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย			
3. สถานประกอบการมีกิจกรรมในการสนับสนุนให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์			
4. ที่ผ่านมามีพนักงานร่วมสร้างหรือพัฒนาสินค้าและบริการขึ้นมาใหม่			
5. สถานประกอบการของท่านได้นำเทคนิค หรือความรู้สมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน			
6. สถานประกอบการของท่านไม่เคยประสบปัญหาด้านการเงิน			
7. สถานประกอบการของท่านมีเงินหมุนเวียนมากพอที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างไม่ติดขัด			
8. สถานประกอบการของท่านมีกำไรจากการดำเนินงาน 3 ปีติดต่อกัน			
9. สถานประกอบการของท่านมีแผนการลงทุนในโครงการใหม่ๆ และพร้อมที่จะลงทุน			
10. หากท่านจะขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน ท่านมั่นใจว่าจะได้รับการอนุมัติ			
11. สถานประกอบการของท่านได้เข้าร่วมกับสถานประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจ เช่น ร่วมกันผลิต ร่วมกันขาย หรือลงทุนร่วมกัน			
12. สถานประกอบการของท่านเคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน			
13. สถานประกอบการของท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน			
14. สถานประกอบการของท่านเคยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินต่างๆ			
15. สถานประกอบการของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ และคู่แข่งของท่าน			
16. สถานประกอบการของท่านมีนโยบายที่ชัดเจนในการเพิ่มยอดขาย			
17. สินค้าหรือบริการของท่านมีหลายรูปแบบ หลายขนาด และมีความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง			

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
18. ที่ผ่านมามีลูกค้าไม่เคยร้องเรียนเรื่องราคาสินค้า			
19. สินค้าของท่านถูกจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง			
20. ที่ผ่านมาสถานประกอบการของท่านให้ส่วนลด ของแถม หรือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ			
21. พนักงานเคยฝ่าฝืนกฎระเบียบ และกระทำการใดๆ ที่ทุจริตน้อยมาก			
22. พนักงานสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ท่านมอบหมายภายในเวลาที่กำหนด			
23. พนักงานเคยทะเลาะ แยกแยะ แบ่งพรรคแบ่งฝ่าย หรือมีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานน้อยมาก			
24. ส่วนใหญ่พนักงานมีอัตราการลา หรือขาดงานน้อยมาก			
25. พนักงานของท่านมีอัตราการเข้าออกต่ำคือไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี			
26. สถานประกอบการจัดให้พนักงานทำงาน หรือมีกิจกรรมร่วมกันเป็นทีม			
27. หากทีมงานหนึ่งไม่สามารถทำงานได้ ล่วงจะมีทีมงานอื่นเข้ามาทำแทน			
28. พนักงานของท่านทราบถึงวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และมีการปฏิบัติเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของสถานประกอบการร่วมกัน			
29. พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบต่อกิจกรรมของทีม			
30. ผลงานที่ได้ถือว่าเป็นของทุกคนในสถานประกอบการ			
31. พนักงานของท่านทราบถึงข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับคู่แข่งเป็นอย่างดี			
32. สถานประกอบการของท่านมีเป้าหมายมุ่งที่การเจริญเติบโต			
33. พนักงานของท่านได้ร่วมแสวงหาโอกาส และวิธีการต่างๆ เพื่อให้สถานประกอบการมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น			
34. สถานประกอบการของท่านมุ่งสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขัน			
35. ที่ผ่านมาสถานประกอบการของท่านผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ก่อนคู่แข่งแข่งขันเสมอ			

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้
และขอความกรุณาท่านโปรดพับเอกสารตามรอยปรุ (ด้านหลัง) แล้วจัดส่งทางไปรษณีย์

โดยไม่ต้องติดอากรแสตมป์



ภาคผนวก ค
การทดสอบค่าที (t-Test)

ตารางภาคผนวก 1 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางด้านยอดขาย

คุณลักษณะ	ยอดขาย ไม่เติบโต		ยอดขาย เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	42.34	5.41	44.19	9.14	-1.863	.064	.032*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	22.73	6.26	26.50	7.29	-3.578	.000	.000*

ตารางภาคผนวก 2 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางด้านกำไร

คุณลักษณะ	กำไร ไม่เติบโต		กำไร เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	44.20	5.57	43.51	9.11	.678	.499	.2495
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	24.11	6.50	25.97	7.40	-1.708	.089	.0445*

ตารางภาคผนวก 3 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางด้านเงินทุน

คุณลักษณะ	เงินทุน ไม่เติบโต		เงินทุน เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	43.08	7.71	44.27	8.88	-1.076	.283	.1415
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	24.18	6.20	26.72	7.88	-2.692	.008	.0040*

ตารางภาคผนวก 4 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางด้านสินทรัพย์
รวม

คุณลักษณะ	สินทรัพย์รวม ไม่เติบโต		สินทรัพย์รวม เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	40.76	8.50	44.87	7.99	-3.428	.001	.0005*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	22.60	6.76	26.65	7.08	-3.948	.000	.000*

ตารางภาคผนวก 5 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางด้านกำลังการผลิต

คุณลักษณะ	กำลังการผลิต ไม่เติบโต		กำลังการผลิต เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	43.00	8.18	44.17	8.44	-1.048	.296	.1480
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	24.08	6.98	26.47	7.23	-2.476	.014	.0070*

ตารางภาคผนวก 6 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมด้านยอดขาย

คุณลักษณะ	ยอดขาย ไม่เติบโต		ยอดขาย เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	39.03	8.07	42.15	7.70	-4.386	.000	.000*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	21.13	7.20	24.16	7.50	-4.500	.000	.000*

ตารางภาคผนวก 7 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมด้านกำไร

คุณลักษณะ	กำไรไม่เติบโต		กำไรเติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	39.48	8.05	41.92	7.80	-3.411	.001	.0005*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	21.53	7.01	23.96	7.68	-3.681	.000	.000*

ตารางภาคผนวก 8 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมด้านเงินทุน

คุณลักษณะ	เงินทุน ไม่เติบโต		เงินทุน เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	39.25	7.87	42.67	7.72	-5.010	.000	.000*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	21.92	7.50	24.13	7.40	-3.394	.001	.0005*

ตารางภาคผนวก 9 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมด้านสินทรัพย์
รวม

คุณลักษณะ	สินทรัพย์รวม ไม่เติบโต		สินทรัพย์รวม เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	39.40	7.82	42.11	7.90	-3.857	.000	.000*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	21.90	7.01	23.85	7.77	-2.975	.003	.0015*

ตารางภาคผนวก 10 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมด้านกำลังการ
ผลิต

คุณลักษณะ	กำลังการผลิต ไม่เติบโต		กำลังการผลิต เติบโต		t	P	p/2
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	39.81	8.24	42.04	7.61	-3.213	.001	.0005*
ลักษณะของสถาน ประกอบการ	22.42	7.81	23.61	7.25	-1.805	.072	.0360*

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	สุธีรา อะทะวงษา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2542	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
พ.ศ.2546	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ประสบการณ์	
พ.ศ. 2545 –2547	กรรมการและเลขานุการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2545 –2548	เลขานุการ โปรแกรมวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2548	กรรมการและเลขานุการหลักสูตร Mini MBA
พ.ศ. 2548 –2549	เลขานุการ โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2549 –2550	กรรมการสภาคณาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2549 –2552	กรรมการและเลขานุการ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2549 –ปัจจุบัน	รองประธาน โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2553 –ปัจจุบัน	กรรมการศูนย์ศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
พ.ศ. 2554 –ปัจจุบัน	กรรมการและเลขานุการ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผลงานทางวิชาการ

ผลงานวิจัย

1. การจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชนของผู้ประกอบการ การค้าปลีกในจังหวัดเชียงราย (ผู้ร่วมโครงการ)
2. การจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชนของผู้ประกอบการการค้าส่งในจังหวัดเชียงราย
3. แนวทางการพัฒนาการค้าชายแดนไทยกับประเทศจีนตอนใต้: กรณีศึกษาอำเภอ เชียงแสน จังหวัดเชียงราย
4. แนวโน้มความต้องการภาวะแรงงานในอนาคตของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงราย (ผู้ร่วมโครงการ)
5. การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษา ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
6. ความภูมิใจในการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (ผู้ร่วมโครงการ)
7. การสร้างต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ในจังหวัดเชียงราย (ผู้ร่วมโครงการ)
8. การสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว (ผู้ร่วมโครงการ)
9. การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคหมวกหกใบ ในรายวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ (การวิจัยในชั้นเรียน)
10. การพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการฝึกปฏิบัติจากกรณีศึกษา ในรายวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ (การวิจัยในชั้นเรียน)

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

1. บทความวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการค้าชายแดนไทยกับประเทศจีนตอนใต้ : กรณีศึกษาอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 22 ฉบับที่ 67 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2551)

2. กรณีศึกษาเรื่อง กาแฟดอยช้าง โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สงวนลิขสิทธิ์ © พ.ศ. 2553 นางสาวสุธีรา อะทะวงษา และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

3. Entrepreneurial Orientation Effects on Thai SMEs' Growth. Proceedings The 17th Asia-Pacific Decision Sciences Institute Conference. Copyright 2012 by Asia-Pacific Decision Sciences Institute.

4. บทความวิชาการเรื่อง คุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตีพิมพ์ในวารสารศรีปทุมปริทัศน์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2556)

5. บทความวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 85 (มกราคม-เมษายน 2557)