คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจการค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

Essential Characteristics of Successful SMEs Entrepreneurs in Trade Section in Bangkok

วินัย วารมา[1*], ชาญชัย บัญชาพัฒนศักดา[2] และ อุษณีษ์ เสวกวัชรี[3]

Vinai Varamar[1*], Chanchai Bunchapattanasakda[2] and Ousanee Sawagevudcharee[3]

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยชินวัตร

[2,3] คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

[1] DBA Program, Shinawatra University

[2,3] School of Management, Shinawatra University

[*] Corresponding author e-mail: Vinaivarama@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพยากรณ์รูปแบบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าที่ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและทดสอบสมมุติฐาน ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญ พบว่ามีความสำคัญเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ประกอบการ ทักษะในการสื่อสารและการสนทนากับลูกค้า ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะในด้านการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ศิลปะในการจูงใจลูกค้า การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ความสามารถในการนำเสนอสินค้า เวลาที่ให้ในการบริหารงาน ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสามารถในการวางแผน การตัดสินใจ ลักษณะผู้นำ การสร้างเครือข่าย และสุขภาพร่างกาย นอกจากนี้ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสามารถนำมาสรุปได้ว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมในภาคการค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 11 องค์ประกอบ ที่ทำการทดสอบ พบว่ามี 9 องค์ประกอบ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพ ด้านเวลาในการบริหารงาน ด้านศิลปะในการจูงใจลูกค้า ด้านทักษะในการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านการนำเสนอสินค้า ด้านตัดสินใจ ด้านลักษณะผู้นำ และด้านการสร้างเครือข่าย มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในภาคการค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ความสำเร็จทางธุรกิจ แนวโน้มของจำนวนพนักงาน แนวโน้มของจำนวนลูกค้า และแนวโน้มของยอดขาย

คำสำคัญ: การค้า คุณลักษณะ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this research were to study and analyze crucial elements and characteristic of entrepreneurs and entrepreneurs' success and forecast relationship model of elements of characteristic which effected on the achievement of SMEs entrepreneurs in the trade sector using survey questionnaire to collect data from 400 SMEs entrepreneurs in trade sector and use descriptive statistics and One-Way ANOVA and Regression to analyze data variables and to test hypothesis. The results from this research found crucial elements of SMEs entrepreneurs' characteristics which were customer-relation building, health concerned, time contributed to business, the arts of convincing customer, speed in problem solving, communication skills, creative ideas, products presentation, decision making, leadership, and network building Regarding to marketing

strategy, the results revealed that the entrepreneurs placed most important role on marketing promotions, product, distribution channel, and pricing respectively. Moreover, the results revealed that out of 11 elements of characteristic only 9 elements had relationships with the entrepreneurs' achievements including health concerned, time contributed to business, the arts of convincing customer, speed in problem solving, communication skills, products presentation, decision making, leadership, and network building had relationships with the entrepreneurs' 4 achievements at significant level .05 including business success, trend in employee figure, tread in customer increase, and trend in sales volume increase.

Keywords: Achievement, Entrepreneurs, SMEs, Successful, Trade

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

รัฐบาลไทยทุกสมัยได้ผลักดันนโยบายสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ของธุรกิจขนาดย่อมโดยหวังให้ประเทศลดการพึ่งพาธุรกิจขนาดใหญ่ลง ซึ่งจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจมีเสถียรภาพมากขึ้น และช่วยลดความรุนแรงเมื่อเกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจ จารุพัฒน์ เอี่ยมพุ่ม และอัจฉรา ตั้งวิรุฬห์ (2559) กล่าวถึงข้อมูลสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในปี 2557 ที่พบว่ามีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั่วประเทศจำนวนมากถึง 2.74 ล้านราย มีการจ้างแรงงานประมาณ 10.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมดทั่วประเทศ ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (GDP-SMEs) มีมูลค่า 5,212 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของทั้งประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการค้า (trading) ทำธุรกิจครอบคลุมทั้งการค้าส่ง และการค้าปลีก เช่น ร้านสะดวกซื้อ ขายรถยนต์มือสอง ขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ ภัตตาคาร ฯลฯ

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใสภาคการค้าที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่ามี 4 ปัจจัยสำคัญ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความรู้และทักษะการบริหารงาน เงินทุน และประสบการณ์ ในการนี้ ปราณี ตันประยูร (2554) สรุปว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสาเร็จนั้นมีคุณลักษณะที่สำคัญเฉพาะตัว จากเหตุผลดังที่กล่าวมาทำให้มีประเด็นคำถามต่อไปว่าปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ คำถามนี้จึงต้องการคำตอบที่สามารถอธิบายผู้ประกอบการในภาคการค้าตลอดทั้งผู้ที่สนใจในด้านนี้ ในอดีตมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งพยายามศึกษาปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ นับตั้งแต่ ปัจจัยส่วนตัว ทักษะด้านการบริหารงาน เงินทุน กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ และปัจจัยอื่นๆ การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า โดยกำหนดปัจจัยที่ทำการศึกษาเป็นสองด้าน คือด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และด้านกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ใช้ในการประกอบธุรกิจการค้าที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยหวังว่าผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการแข่งขันในสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และคุณลักษณะที่นำสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

วารสารราชมงคลล้านนา Journal of Rajamangala Lanna

ทบทวนวรรณกรรม

สเตนฮอฟฟ์ และเบอร์เกสส์ (Steinhoff and Burgess (1986) พบคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ มีดังนี้คือ บุคลิกภาพส่วนตัวดี มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน มีจรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และมีความเต็มใจในการดำเนินงานตามกฎระเบียบของกิจการ ในขณะที่ ไรอัน (Ryan et al., 1999) ได้รวบรวมและสรุปปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ มั่นใจในตนเอง มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเอง มีแผนงานที่เป็นระบบ มีความสามารถด้านบริหารการเงิน มีความสามารถทางการตลาด มีความสามารถมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคต มีแหล่งสนับสนุนที่ดี มีทักษะในการประสานงาน และมีการจัดองค์กรที่เหมาะสม ทั้งนี้ ซิไอวาเลล่า (Ciavarella et al., 2004) กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมถูกใช้ในการคิดค้นผลิตภัฑณ์ใหม่ๆ แล้วยังใช้แก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างกิจการ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และรักษากิจการให้อยู่รอดนับเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของกิจการ ทั้งนี้มิลเลอร์ (Miller et al., 1982) เพิ่มเติมว่าการควบคุมภายในตัวบุคคลนำไปสู่ทัศนคติที่ดี และเมื่อนำเรื่องนี้มาประยุกต์ในการทำงาน พบว่าผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีอยู่ในระดับสูงจะชอบใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และยังพบว่าเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมจะพยายามมองหาโอกาสใหม่ๆ โดยมีบุคลิกลักษณะที่เหมาะสมสัมพันธ์กับกลยุทธ์ของธุรกิจ คือ มีความคิดริเริ่มเชิงนวัตกรรม ทำงานเชิงรุกและกล้ารับความเสี่ยง นักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าแสวงหาโอกาสไปสู่ความสำเร็จ เป็นนักแก้ปัญหา เป็นนักคิดที่มีเหตุผล เป็นนักบริหารตามวัตถุประสงค์ และเป็นนักควบคุม ในเรื่องเดียวกันนี้ วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542) พบว่าผู้ประกอบการต้องมีคุณสมบัติที่ดีเหมาะกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ความไม่แน่นอน โดยอธิบายถึงคุณสมบัติของเถ้าแก่ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ คือ ชอบแสวงหาโอกาส เป็นนักเสี่ยง เป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ เป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน เป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เป็นคนที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และ มีเครือข่ายดี นอกจากนี้ยังมีผู้แต่งอีกหลายท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่างๆ ว่ามีผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเรย์โนลส์ (Reynolds et al., 2000) พบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 25 ถึง 44 ปี เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในเรื่องคล้ายกันนี้ ซินฮา (Sinha, 1996) ได้ทำการศึกษาในประเทศอินเดียและพบผลลัพท์ที่แตกต่างจากเรย์โนล์ โดยพบว่าในอินเดียผู้ประกอบการยิ่งอายุน้อยยิ่งมีแนวโน้มในการประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า คริสเตียนเซ่น (Kristiansen et al. 2003) ทำการศึกษาการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซียและพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญระหว่างอายุของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพบว่าผู้ประกอบการผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอายุมากกว่า 25 ปี ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า ส่วน คอลวีร์อิด (Kolvereid, 1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์ของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและพบว่า ธุรกิจที่ดำเนินการโดยผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่าจะประสบความสำเร็จในระดับที่สูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่า

ครัสส์ (Krauss et. al., 2005) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป จำนวน 248 ราย โดยการสัมภาษณ์โดยศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ คือ การเรียนรู้ ความสำเร็จ ความเป็นอิสระ ระดับการแข่งขัน การสร้างนวัตกรรม การกล้ารับความเสี่ยง ความคิดริเริ่ม และ ตัวแปรประสิทธิภาพของธุรกิจพิจารณาจากการเติบโตของธุรกิจโดยวัดจากร้อยละของผลกำไร จำนวนลูกค้า และยอดขายเพิ่มจากปีก่อนหน้า จำนวนการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของธุรกิจ โดยผู้แต่งพบว่าความสำเร็จและความคิดริเริ่มมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของธุรกิจและจำนวนการจ้างงาน แจนเซ็น (Janssen, 2006) พบว่า ผู้จัดการ

การสาธารณสุขมหาดไทย
RMUTL Journal of Rajamangala Lanna

ที่มีประสบการณ์ด้านการตลาด การขาย และการวิจัยพัฒนา และผู้จัดการที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบต่อจำนวนการจ้างงาน ส่วนผู้จัดการที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการให้คำปรึกษา ระดับการศึกษาสูง และมีภูมิลำเนาจากต่างเมืองมีความสัมพันธ์กับจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจ แอดแนน (Adnan et al., 2011) พบว่าการบริหารจัดการด้านงานบุคคลมีนัยยะสำคัญต่อผลงานของธุรกิจในมาเลย์เซีย เป็นดัชนีชี้วัดการปฏิบัติงานของทีมบริหาร Islam & Siengthai (2010) แสดงให้เห็นว่ากระบวนการส่วนใหญ่ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น การรับสมัคร การคัดเลือก การประเมินผลงาน การบริหารค่าตอบแทน และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างไรก็ตามได้มีผู้เห็นความสำคัญของกิจกรรมด้านการตลาดว่ามีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้เช่นกัน โดยผู้แต่งในกลุ่มนี้ เช่น Cacciolatti, Fearne & McNeil (2011) ชี้ให้เห็นว่าการใช้ข้อมูลด้านการตลาดที่มีโครงสร้างที่ดีร่วมกับกลยุทธ์การตลาดที่ดีจะนำไปสู่ความสำเร็จด้านการเติบโตของกิจการ นอกจากนี้ มาห์มูด (Mahmoud, 2011) ได้พบว่าระดับของการให้ความสำคัญกับการตลาด จะมีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัยของ คีย์ (Keh, Nguyen & Ng, 2007) พบว่ามีความสัมพันธ์ที่เป็นบวกอย่างมีนัยยะสำคัญระหว่างการใช้ข้อมูลให้เกิดประโยชน์กับความสำเร็จของธุรกิจ

ปราณี ตันประยูร (2559) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 14 องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การยึดถือในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยรวมได้ร้อยละ 55.7 ฝนทิพย์ ฆารไสว และคณะ (2555) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่าในการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้นเกิดจากความตั้งใจ และต้องกล้าลงมือทำ มีการมองธุรกิจแบบมุมกว้าง มีการพิจารณาความเหมาะสมในการทำธุรกิจ มองดูคู่แข่ง และการมองหาตลาดใหม่ๆ การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า มีการพัฒนาตนเอง มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน มองหาโอกาสทางธุรกิจได้ก่อนผู้อื่น นอกจากนี้พบว่า บุคลากร แนวทางการบริหารงาน และทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐมและพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ความเป็นตัวของตัวเอง มีนวัตกรรม กล้าเสี่ยง ก้าวร้าวในการแข่งขัน สม่ำเสมอ และใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด นอกจากนี้พบว่า ความเป็นตัวของตัวเองและการใฝ่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในภาคการค้า จำนวน 400 ราย และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ทำการทดสอบค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) ได้ค่าความเที่ยงของเนื้อหา 0.8 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมผู้ช่วย โดยเข้าร่วมในการประชุม สัมมนากับกลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจการค้าตามข้อมูลที่ได้รับ

วารสารราชมงคลล้านนา
Journal of Rajamangala Lanna

จากสมาคมต่างๆ ระหว่างเดือน สิงหาคม – กันยายน 2559 ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณา ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดทั้งข้อมูลด้านพฤติกรรมต่างๆ และใช้สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regressions) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและทดสอบสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเป็นเป็นเพศชาย จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 มีช่วงอายุระหว่างระหว่าง 41 – 45 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ทำการค้าปลีก จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 จัดตั้งธุรกิจมาแล้ว 6 - 10 ปี มีจำนวนพนักงาน ทำงานในกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวนน้อยกว่า 10 คน จำนวน 248 ราย คิดเป็น ร้อยละ 62

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อปัจจัย 3 Ps คือ บุคคล ลักษณะทางกายภาพของกิจการ และกระบวนการในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (mean = 4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับบุคลากรในระดับมาก (mean = 4.16) รองลงมาคือการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพในระดับมาก (mean = 3.74) ตามลำดับ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าทักษะในการสื่อสารและการสนทนากับลูกค้าของผู้ประกอบการ (mean = 4.38) มีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นลักษณะผู้นำ (mean = 4.35) ศิลปะในการจูงใจลูกค้าของผู้ประกอบการ (= 4.32) ความสามารถในการตัดสินใจ (mean = 4.30) ความสามารถในการนำเสนอสินค้า (mean = 4.21) ความสำคัญในการสร้างเครือข่าย (mean = 4.20) การให้เวลาในการบริหารงาน (mean = 4.06) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (mean = 4.06) และ สุขภาพร่างกาย (mean = 3.86) เรียงตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุดของความสำเร็จของผู้ประกอบการว่าประสบความสำเร็จ โดยอยู่ในระดับมาก (mean = 3.81) นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความสำเร็จในการธำรงรักษาลูกค้าเก่ามีความสำคัญมากที่สุด (mean = 3.96) รองลงมาคือความสำเร็จในการหาลูกค้าใหม่ (mean = 3.78) ระดับผลกำไรเฉลี่ย (mean = 3.86) และระดับความสำเร็จด้านยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (mean = 3.64) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบยอดขายปีปัจจุบันกับปีที่ผ่านมา

ผลการวิจัยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้ามียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 54 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (400 ราย) ดังนี้ คือ กำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ถึง 20 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา (2559) จำนวนร้อยละ 40 ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 ถึง 40 ร้อยละ 8 ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ขึ้นไป ร้อยละ 6 ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 ถึง 40 ร้อยละ 8 ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ขึ้นไป ร้อยละ 6 มียอดขายคงที่ ร้อยละ 4 ท้ายสุดคือมียอดขายลดลง เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา คือ ยอดขายลดลงร้อยละ 1 ถึง 20 ร้อยละ 24 ยอดขายลดลงร้อยละ 21 ถึง 40 ร้อยละ 14 ยอดขายลดลงร้อยละ 40 ขึ้นไป ร้อยละ 4 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและการทดสอบสมมุติฐาน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า สุขภาพร่างกาย เวลาในการบริหารงาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ศิลปะในการจูงใจลูกค้า ทักษะในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอสินค้า การตัดสินใจ ลักษณะผู้นำ และการสร้างเครือข่าย มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยผลการทดสอบพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมในภาคการค้า คือ

วารสารวไลยอลงกรณ์ RMUTL Journal of Rajamangala Lanna

สุขภาพร่างกาย เวลาในการบริหารงาน ศิลปะในการจูงใจลูกค้า ทักษะในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การนำเสนอสินค้า การตัดสินใจ ลักษณะผู้นำ การสร้างเครือข่ายกับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมในภาคการค้า ผลจากการทดสอบจึงยอมรับสมมุติฐานที่ว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมในภาคการค้า มีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 1 ความสัมพันธ์ระหว่าง สุขภาพร่างกาย เวลาในการบริหารงาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ศิลปะในการจูงใจลูกค้า ทักษะในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอสินค้า การตัดสินใจ ลักษณะผู้นำ การสร้างเครือข่ายกับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.762	.209		-3.647	.000
	สุขภาพร่างกาย	.070	.020	.087	3.527***	.000
	เวลาในการบริหารงาน	-.102	.034	-.087	-2.974**	.003
	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	-.019	.013	-.038	-1.439	.151
	ศิลปะในการจูงใจลูกค้า	.503	.030	.549	16.890***	.000
	ทักษะในการสื่อสาร	-.196	.048	-.189	-4.078***	.000
	การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	.344	.057	.282	6.074***	.000
	ความคิดสร้างสรรค์	-.064	.051	-.054	-1.260	.208
	การนำเสนอสินค้า	.223	.053	.199	4.205***	.000
	การตัดสินใจ	.151	.046	.140	3.302**	.001
	ลักษณะผู้นำ	-.262	.064	-.164	-4.068***	.000
	การสร้างเครือข่าย	.224	.037	.205	5.976***	.000

Sig < 0.05

การอภิปรายผล

ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร สามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมในภาคการค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจากคุณลักษณะที่ทำการทดสอบ จำนวน 11 องค์ประกอบ พบว่า 9 องค์ประกอบ คือ สุขภาพร่างกาย เวลาในการบริหารงาน ศิลปะในการจูงใจลูกค้า ทักษะในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การนำเสนอสินค้า การตัดสินใจ ลักษณะผู้นำ การสร้างเครือข่าย มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการในภาคการค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ แนวโน้มของจำนวนพนักงาน แนวโน้มของจำนวนลูกค้า และแนวโน้มของยอดขาย ผลจากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ ฝนทิพย์ ฆารไสว และคณะ (2555) ที่พบว่า บุคลากร แนวทางการบริหารงาน และทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านนวัตกรรมกับความสำเร็จของผู้ประกอบการซึ่งไม่สอดคล้องกับ เจษฎาลักษณ์ (2558) และ วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542) ที่พบว่า ความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

นอกจากนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากับความสำเร็จซึ่งผลที่ได้ขัดแย้งกับฝนทิพย์ ฆารไสว และคณะ (2555) ที่พบว่าการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม

ข้อค้นพบจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบสิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากผลการวิจัยในอดีตหลายประการ คือ การค้นพบว่าการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า อาจสันนิษฐานได้ 2 ประการ ประการแรกรูปแบบในการทำธุรกิจที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจร หรือเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องพึ่งพาธุรกิจการค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม แม้ว่าผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีกก็ตาม ประการที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อจากร้านไหนก็ได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีความภักดี ลูกค้าส่วนใหญ่อาจต้องการความสะดวก รวดเร็ว มากกว่าการเป็นลูกค้าประจำของร้านค้าใดร้านค้าหนึ่ง และปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจอาจเน้นหนักที่ราคามากกว่าความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ การวิจัยในอนาคตน่าจะเพิ่มตัวแปรด้านส่วนประสมการตลาดมาประกอบเมื่อต้องศึกษาความสำเร็จของของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในงานจริงในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทการค้าปลีก หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าตลอดทั้งผู้ที่มีความสนใจทั่วไปที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับประเด็นดังนี้

1. สำหรับผู้ประกอบการวิสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าที่ประกอบธุรกิจนี้อยู่ในปัจจุบัน ผลการ วิจัยจากงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในหลายด้าน นับตั้งแต่การรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ประกอบการมีความสำคัญเป็นอันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นตรงกันว่ามีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการค้าปลีกมากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะในการสื่อสารและการสนทนากับลูกค้า และความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการ โดยคุณลักษณะเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติตนตามความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังเดินหน้าสู่ความสำเร็จ ในขณะที่ผลการวิจัยในส่วนเดียวกันนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการขยายกิจการของผู้ประกอบ การที่กำลังมีแผนในการขยายขอบเขตของธุรกิจโดยการฝึกปฏิบัติตนตลอดทั้งทุ่มเททรัพยากรที่มีอยู่ไปในทิศทางที่ถูกต้อง การฝึกการวิเคราะห์ปัญหาควรกระทำให้ตลอดทั้งกระบวนการและแบบบูรณการมีการนำเอาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทุกตัวเข้ามามีส่วนในการวิเคราะห์และประมวลผลก่อนการตัดสินใจ ควรให้เวลากับกระบวนการตัดสินใจ การฝึกฝนสามารถกระทำได้ด้วยตนเองหรือเข้ารับการฝึกอบรมต่างๆ เช่นเดียวกับทักษะในการสื่อสารและการสนทนากับลูกค้าที่ผู้ประกอบการสามารถทำการศึกษาค้นคว้าหรือปรึกษาหารือกับผู้ที่มีประสบการณ์ได้ด้วยตนเอง หรืออาจเข้ารับการฝึกอบรมต่าง ส่วนที่สองของผลการวิจัยกล่าวถึงการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดและการบริหารจัดการสำหรับผู้ที่มีแผนงานในการริเริ่มจัดตั้งธุรกิจการค้าขนาดกลางและขนาดย่อม ผลจากการวิจัยในครั้งนี้มีประโยชน์ในแง่ของการเตรียมตัวด้านคุณลักษณะที่จะสามารถนำไปสู่การบริหารจัดการที่ดีซึ่งในที่สุดจะเป็นแนวทางไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ นอกจากนี้ผลการวิจัยในส่วนของการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดที่ไม่เหมือนกัน โดยผู้ที่กำลังวางแผนที่จะประกอบธุรกิจการค้าปลีก จะสามารถนำกลยุทธ์เหล่

นั้นมาใช้ในการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจการค้าปลีกที่กำลังจะเริ่มต้น

2. ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ยังสามารถใช้เป็นประโยชน์สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับสมาคมต่างๆ อย่างน้อย 2 สมาคม คือ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมผู้ประกอบการค้าปลีกในอันที่จะนำข้อมูลผลจากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดการองค์ความรู้ของสมาคม เผื่อไว้สำหรับการตีพิมพ์เผยแพร่หรือสำหรับการจัดฝึกอบรมให้กับสมาชิกหรือประชาชนผู้สนใจทั่วไป

นอกจากนี้ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มีการสอนวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรมี ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดทั้งในเรื่องการจัดการกลยุทธ์ทางด้านการตลาดของธุรกิจค้าปลีก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาวิจัยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้อาจไม่สามารถเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าทั่วประเทศได้ ด้วยเหตุที่มีความแตกในระดับความเจริญของเมือง ระดับการเติบโตของเศรษฐกิจ วิถีการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันระหว่างคนในกรุงเทพฯ และคนที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปในอนาคตจึงควรทำการศึกษาประชากรกลุ่มอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าปลีกในจังหวัดใหญ่ๆ ที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากหรือทำการวิจัยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมและบริการ

2. การประเมินคุณลักษณะกระทำจากการรับรู้ของผู้ประกอบการเองเพียงฝ่ายเดียว ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไปอาจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการค้าปลีกมามีส่วนร่วมในการเป็นผู้ประเมินคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการค้าปลีกโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังกล่าวประกอบ ด้วยลูกค้าและผู้จัดส่ง

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา เสกตระกูล. (2548). **บทบาทของธุรกิจขนาดย่อมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ.** เอกสารบรรยายในโครงการพัฒนาความรู้ผู้ประกอบวิชาชีพ สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI). ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2548.

กฎกระทรวง. (2545). **กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545**. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2559, จาก www.sme.go.th/th/index.php/about-asmep/law/law-osmep/136-cat-define-smes/523.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร.** กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

จารุพัฒน์ เอี่ยมพุ่ม และอัจฉรา ตั้งวิรุฬห์. (2559). **ฐานข้อมูล SMEs.** .สืบค้นเมื่อ 7พฤษภาคม 2559, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/Pages/statinfocus.aspx.

ปราณี ตันประยูร. (2554). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ปราณี ตันประยูร. (2559). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. Vol.35(1).

ฝนทิพย์ ฆารไสว. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์.** มหาวิทยาลัยนเรศวร. ปีที่ 7(1). เดือน ตุลาคม 2554 – มีนาคม 2555.

วารสารราชมงคลล้านนา Journal of Rajamangala Lanna

นราเขต ยิ้มสุข. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก.** วิทยานิพนธ์, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2543). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2558 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2559, จาก www.sme.go.th/th/images/data/LA/download/2015.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนาดอนหวายจังหวัดนครปฐม. **Veridian E-Journal**. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 8(2), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรรณา ฉายาวัฒนะ. (2544). **รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วุฒิชัย จงคานึงศิล. (2547). **การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม**. ดุษฎีบัณฑิตนิพนธ์. สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). **ผลิตภาพ 2000: คู่มือ ตรวจวินิจฉัยและจัดการสถานประกอบการ SMEs และโรงงาน SMIs ด้วยตนเองโดยค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด.** กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย– ญี่ปุ่น).

สถิตย์ นิยมญาติ และคนอื่นๆ. (2546). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ.** กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคนอื่นๆ. (2549). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำเร็จในภาคใต้: ภาคการบริการ. **วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ.** มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 2(1). (ธันวาคม 2550).

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2553. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.** สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2558, จาก www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-sme-year.

Adnan, Z., Abdullah, H.S. & Ahmad, J. (2011), "Direct influence of human resource management Practices on financial performance in Malaysian R&D companies, **World Review of Business Research**, 1(1): pp. 61-77.

Cacciolatti, L., Fearne, A. & McNeil, D. (2011). Empirical evidence for a relationship between business growth and the use of structured marketing informat ion amongst food and drink SMEs. **Academy of Marketing Conference** (5-7 July 2011), University of Kent: United Kingdom.

Islam, M. Z. & Siengthai, S. (2010). Human resource management practices and firm performance improvement in Dhaka export processing zone. **Research and Practice in Human Resource Management.** 18(1): pp. 60-77.

Janssen, F. (2006). Do managers' characteristics influence the employment growth of SMEs?. **Journal of Small Business and Entrepreneurship.** 19 (3).

วารสารวิจัยและนวัตกรรม RMUTL Journal of Rajamangala Lanna

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: pp. 592- 611.

Krauss, Stefanie I. et. al. (2005). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. **European Journal of Work and Organizational Psychology**. Vol.14(3), Sep 2005. pp. 315-344.

Kristiansen, S., Furuholt, B., & Wahid, F. (2003). Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**. 4(4), pp. 251-263.

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 21, 47-57.

Mahmoud, M. A. (2011). Market orientation and business performance among SMEs in Ghana**. International Business Research**, 4(1): pp. 241-251.

Miller, Kets de Vries and Toulouse. (1982). **Personality, Culture, and Organization**. Fontainebleau, France: INSEAD.

Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M., & Autio, E. (2000). **Global Entrepreneurship Monitor 2000 Executive Report**: Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, and London Business School.

Ryan, A.M., Chan, D., Ployhart, R.E., and Slade, L.A. (1999). Employee attitude surveys in a multinational organization: Considering language and culture in massessing measurement equivalence. **Personnel Psychology**, 52: pp. 37-58.

Sinha, T. N. (1996). Human Factors in Entrepreneurship Effectiveness. **The Journal of Entrepreneurship**. 5(1), pp. 23-39.

Steinhoff, D. and Bugess, J. (1986). **Management: Small Business Management Fundamentals**. New York: McGraw-Hill.

Stephenson, L. James. (2011). **25 Common Characteristics of Successful Entrepreneurs**. Retrived from http://www.entrepreneur.com/article200730. November, 2016.

วารสารราชมงคลล้านนา
Journal of Rajamangala Lanna