

มงคล ทิงลำพอง : บทบาทของเครือข่ายทางสังคมในกระบวนการก่อตั้งธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ROLES OF SOCIAL NETWORK IN THE FIRM FOUNDING PROCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ENTREPRENEURS) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.มัลลิกา สังข์สนิท, 90 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ขนาดของเครือข่ายสนทนา สายสัมพันธ์แบบสนทนาและแบบผิวเผิน ตัวเชื่อมความสัมพันธ์ ความหนาแน่นของเครือข่าย ระยะเวลาในการรักษาความสัมพันธ์ และประเภทความสัมพันธ์ 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะเครือข่ายทางสังคมในแต่ละช่วงของกระบวนการก่อตั้งธุรกิจ ได้แก่ ช่วงจูงใจ ช่วงวางแผน และช่วงดำเนินธุรกิจ และ 3) ศึกษาการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายทางสังคมต่อการก่อตั้งธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตั้งใหม่ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2551 จำนวน 108 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ Repeated Measurement One-way ANOVA และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Bonferroni Test

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในธุรกิจ 1-5 ปี เป็นธุรกิจภาคบริการ และจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเครือข่ายทางสังคมแบ่งเป็น ขนาดของเครือข่ายสนทนาเฉลี่ย 4.44 คน สายสัมพันธ์แบบสนทนาเฉลี่ย 2.31 คน สายสัมพันธ์แบบผิวเผินเฉลี่ย 1.43 คน ตัวเชื่อมความสัมพันธ์เฉลี่ย 1.61 คน ความหนาแน่นของเครือข่ายเฉลี่ย 0.72 ระยะเวลาในการรักษาความสัมพันธ์เฉลี่ย 8.10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และบุคคลในครอบครัวมีส่วนช่วยในการก่อตั้งธุรกิจเฉลี่ย 1.23 คน ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะเครือข่ายทางสังคมพบว่า ขนาดของเครือข่ายสนทนาใหญ่ที่สุดในช่วงวางแผน สายสัมพันธ์แบบสนทนาสูงสุดในช่วงจูงใจ สายสัมพันธ์แบบผิวเผินมากที่สุดในช่วงวางแผน ตัวเชื่อมความสัมพันธ์มากที่สุดในช่วงดำเนินธุรกิจ ความหนาแน่นของเครือข่ายมากที่สุดในช่วงจูงใจ ระยะเวลาในการรักษาความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันในช่วงวางแผนและช่วงดำเนินธุรกิจ และบุคคลในครอบครัวมีส่วนช่วยทุกช่วงของการก่อตั้งธุรกิจ ในด้านการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายทางสังคมส่วนใหญ่จะช่วยเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินธุรกิจ ให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ และจุดประกายความคิดในการทำธุรกิจ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา \_\_\_\_\_  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_

MONGKOL THEUNGLUMPONG : ROLES OF SOCIAL NETWORK IN THE FIRM FOUNDING PROCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ENTREPRENEURS. THESIS ADVISOR : MULLIKA SUNGSANIT, Ph.D., 90 PP.

#### ENTREPRENEUR/SOCIAL NETWORK/FOUNDING PROCESS/SMEs

The objectives of this research were 1) to study social network characteristics of Small and Medium Enterprise Entrepreneurs (i.e., discussion network size, strong ties, weak ties, bridge, network density, maintaining times, and types of relationship), 2) to compare social network characteristics of Small and Medium Enterprise Entrepreneurs in three phases of the firm founding process (i.e., motivation, planning, and running a business), and 3) to study the usefulness of social networks for the firm founding process of Small and Medium Enterprise. Data was collected through a set of questionnaires. The respondents were 108 of newly registered Small and Medium Enterprise entrepreneurs, selected by simple random sampling technique. The results were analyzed by frequencies, means, percentage, One-Way Repeated-Measures ANOVA, and Bonferroni test.

The results showed that most of the respondents were male, age range of 30-35 years, holding a bachelor's degree, having 1-5 years of business experiences, working in service sector, and having registered as Limited Partnership. The social network characteristics showed that discussion network size was 4.44, strong ties were 2.31, weak ties were 1.43, bridge was 1.61, network density was 0.72, maintaining times were 8.10, and average number of family members was 1.23. The comparison of social network characteristics showed that the largest of discussion network size was in planning phase,

the number of strong ties was the highest in motivation phase, the number of weak ties was the highest in planning phase, the bridge was the highest in running a business phase, network density was the highest in motivation phase, maintain times were not different in and running a business phase, and family members were helpful in all phases. Social networks were useful for entrepreneurs. They obtained support, advice, knowledge, information, and ideas for business opportunities through their social networks.

School of Management Technology

Academic Year 2009

Student's Signature\_\_\_\_\_

Advisor's Signature\_\_\_\_\_