

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

นายอนิรุท พิพัฒน์ประภา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ปีการศึกษา 2549

**FACTORS AFFECTING ENTREPRENEUR'S DECISIONS TO
ENTER RETAILING BUSINESS**

Anirut Pipatprapa

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Degree of Master of Management Technology

Suranaree University of Technology

Academic Year 2006

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาเป็นอุปสรรคต่อการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
การศึกษาด้านหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ดร.สุนิษา เกื่อนนาคี)
ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา)
กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(รศ. ดร.คณิต ไข่มุกด์)
กรรมการ

(รศ. ดร.เสาวณี รัตนพานิช)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

(รศ. ดร.ประภาวดี สืบสนธิ์)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

อนิรุท พิพัฒน์ประภา : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก
(FACTORS AFFECTING ENTREPRENEUR'S DECISIONS TO ENTER
RETAILING BUSINESS) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.ขวัญกมล ดอนขวา, 91 หน้า

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษาถึงศักยภาพและปัจจัยในด้านต่างๆ ของการคิดและการริเริ่มเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษา โดยพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 380 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการแบบดิสคริมีแนนต์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านการกระทำมีส่วนทำนายการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ คิดเป็นร้อยละ 80.20 และ 70.39 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญอย่างมาก ($P < 0.01$) โดยที่ ปัญหาสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก คือ ขาดประสบการณ์ความรู้ ต่อการเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจ รวมถึงต้องการได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐบาลในเรื่อง ของการศึกษาและการฝึกอบรม อีกทั้งให้การส่งเสริมด้านการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มของนักศึกษามาก ขึ้น ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรม การเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ การฝึกหัดค้าขายจริง ระหว่างเรียนก็จะช่วยสร้างความมั่นใจกับนักศึกษาในการเลือกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมากขึ้นรวม ถึงต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทางครอบครัวให้เป็นผู้ประกอบการ และการเลี้ยงดูให้มีส่วนร่วม กับการทำกิจกรรมของครอบครัวให้ฝึกคิด ฝึกทักษะ สร้างความเป็นผู้นำอันจะช่วยส่งผลถึงการสร้าง บุคลิกภาพในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาและก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้ในอนาคต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

ปีการศึกษา 2549

ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

ANIRUT PIPATPRAPA : FACTORS AFFECTING ENTREPRENEUR'S
DECISIONS TO ENTER RETAILING BUSINESS. THESIS ADVISOR :
KWUNGAMOL DONKWA, Ph.D., 91 PP.

AFFECT/ DECISION/ RETAILING BUSINESS

The objectives of this research were to study efficiency and factors in starting a retail entrepreneur, including problems and obstructions that affected the decision making. The target group of this research composed of 380 senior students in universities of 3 provinces in the Lower-Northeastern; Nakhon Ratchasima, Surin, and Srisaket. The validated questionnaire was used for data collection to be analysed for frequency, percentage, average, pearson coefficient and dis-creminent algebraic analysis. The result of this research showed that the action factor could predict the decision of being a retail entrepreneur about 83.9 %, the second is environment factor about 80.20%, and the third is personality factor about 70.39 %. The important problem was the lack of know-how and experience in business, which required more support from the government in business education and training for this target group.

School of Management Technology

Academic Year 2006

Student's Signature_____

Advisor's Signature_____

Co-advisor's Signature_____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาของ ผศ. ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ. ดร.คณิต ไชยมุศั กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และ อ. ดร.สุนิตยา เกื่อนนาดี ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความรู้ แนวคิด คำปรึกษา ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เงินทุนสนับสนุนในการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณวิบูลย์ – คุณวิภาภรณ์ เกียรติอำนาจ และคุณสุภาพร ศรีพุทธรัตน์ ผู้บริหารบริษัท เจ.เอส.อุตสาหกรรม จำกัด ผู้ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้ทำงานที่รัก และสนับสนุนเรื่องช่วงเวลาในการศึกษาอย่างเต็มที่รวมถึงพนักงาน เพื่อนทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบุพการี คุณพ่อน้อย – คุณแม่ลลิตา วัชรเมโนกานต์ ที่คอยห่วงใยและเป็นแรงบันดาลใจสูงสุดของการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้และให้การสนับสนุนมาตลอด ขอขอบคุณพี่น้องทุกคนที่คอยให้กำลังใจให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดี

อนิรุท พิพัฒน์ประภา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.4 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย.....	8
1.5 สมมติฐานงานวิจัย.....	10
1.6 คำนิยามศัพท์.....	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 ปรัชญาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	34
3.2 ประชากร.....	34
3.3 กลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.5 การทดสอบเครื่องมือ.....	39
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล.....	41
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	41
4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4.1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
4.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality factors).....	46
4.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment factors).....	53
4.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกระทำ (Action factors).....	54
4.1.6 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	55
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	58
4.3 การอภิปรายผล.....	62
5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	67
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	68
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	71
5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	71
5.2.2 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย.....	72
รายการอ้างอิง.....	74
ภาคผนวก	79
ประวัติผู้เขียน.....	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย.....	35
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	39
4.1 จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	45
4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านจริยธรรมในการทำงาน	47
4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความสำเร็จในงาน.....	48
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความรู้ในงาน.....	49
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความเป็นผู้นำ.....	49
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการมองหาโอกาส.....	50
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการควบคุมตนเอง.....	51
4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา.....	52
4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ของปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม.....	53
4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ของปัจจัยทางด้านกระทำ.....	54
4.12 ข้อมูลการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
4.13 จำนวนร้อยละ เหตุผลของการตัดสินใจไม่เลือก เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	56
4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจกับ ปัจจัยบุคลิกภาพด้านต่างๆ	57
4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรด้านต่าง ๆ กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	59
4.16 เมทริกซ์การจำแนกกลุ่ม.....	61

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิด : ปัจจัยส่วนที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก.....	9
2.1 ส่วนประกอบ 3 ส่วนของทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับงาน.....	14
2.2 ทฤษฎีความต้องการและเป้าหมายในการจูงใจ.....	15
2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์.....	15
2.4 ความแตกต่าง ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น.....	22
2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น.....	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระบวนการพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-2 (พ.ศ. 2504 – 2514) ซึ่งเน้นการสร้างเศรษฐกิจด้วยการลงทุนกระจายการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะถนน ไฟฟ้า และประปา แต่เกิดปัญหาช่องว่างการกระจายรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชนบท แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม การลดอัตราการเพิ่มประชากร และการกระจายรายได้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) ความผันผวนทางการเมืองและวิกฤตการณ์น้ำมัน ก่อให้เกิดปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดอย่างรุนแรง ดังนั้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5-6 (พ.ศ. 2525 – 2534) จึงมุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความยากจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจส่วนรวมขยายตัวอย่างร้อนแรงเกินกว่าพื้นฐานทางเศรษฐกิจจะรองรับได้ ส่งผลให้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539) เริ่มปรับแนวคิดไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งการรักษาระดับการเจริญเติบโตในระดับที่เหมาะสมควบคู่ไปกับการรักษาเสถียรภาพ การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมไทยในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าการพัฒนาประเทศจะบรรลุเป้าหมายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจก็ตาม จนกระทั่งปัจจุบันกิจกรรมและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจก็ยังคงกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนไทยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงสูงกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศมาก คือ 276,027 บาทต่อปี โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำที่สุด คือ 33,903 บาทต่อปี ส่วนครัวเรือนมีรายได้สูงสุดเพียงร้อยละ 20.6 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดของประเทศไทย จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 พบว่า ครัวเรือนทั่วประเทศมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 17,122 บาท โดยเพิ่มจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 7.0 ต่อปี ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการทำงาน (ร้อยละ 70.7) ซึ่งได้แก่ ค่าจ้างเงินเดือน (ร้อยละ 37.1) กำไรสุทธิจากการทำธุรกิจ (ร้อยละ 20.6) และจากการทำการเกษตร (ร้อยละ 13) นอกจากนั้นยังมีรายได้จากแหล่งอื่น เช่น เงินที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นนอกครัวเรือนจากภาครัฐ (ร้อยละ 9.9) รายได้จากทรัพย์สิน เช่น ดอกเบี้ย (ร้อยละ 2.2) และการได้รับในรูปแบบสวัสดิการ/สินค้าและบริการต่าง ๆ (ร้อยละ 15.7) เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพฯ และ 3 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย สูงกว่าภาคอื่น ๆ มาก คือ 32,284 บาท รองลงมาได้แก่ ภาคกลางและภาคใต้ ซึ่งมีรายได้ใกล้เคียงกัน คือ 18,665 และ 17,303 บาท ภาคเหนือ 12,432 บาท และต่ำสุดคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเพียง 11,528 บาท และพบว่า ภาคใต้มีอัตราการเพิ่มของรายได้สูงกว่าภาคอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด (ร้อยละ 9.4) เมื่อพิจารณาตาม สถานะทางเศรษฐกิจสังคมแยกตามอาชีพของผู้ที่มีรายได้สูงสุดในครัวเรือนพบว่าครัวเรือนลูกจ้างที่ปฏิบัติงาน/นักวิชาการ/นักบริหาร มีรายได้เฉลี่ย

สูงสุดถึง 39,628 บาท รองลงมาได้แก่ ครัวเรือนของผู้ดำเนินธุรกิจที่ไม่ใช่เกษตร 23,387 บาท และรายได้ต่ำสุดใกล้เคียงกัน คือ ครัวเรือนคนงานเกษตรและคนงานทั่วไป 8,161 และ 8,004 บาท ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2549) ซึ่งช่องว่างระหว่างรายได้และโอกาสที่ได้รับจากผลของการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนไทยส่วนใหญ่และการพัฒนาประเทศในระยะยาว ซึ่งผลจากการมุ่งเน้นการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่งคั่งในด้านรายได้ทำให้คนไทยและสังคมไทยมีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้นก่อให้เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมของคนในสังคม คือ การย่อหย่อนในศีลธรรม จริยธรรม ขาดระเบียบวินัย การเอารัดเอาเปรียบ ส่งผลให้วิถีชีวิตและค่านิยมดั้งเดิมที่ดีงามของไทยเริ่มจางหายไปพร้อม ๆ กับการล่มสลายของสถาบันครอบครัว ชุมชน และวัฒนธรรมของท้องถิ่น นอกจากนี้สภาพบีบคั้นทางจิตใจของคนในสังคมเกิดจากความแออัดของชุมชนเมือง สภาวะแวดล้อมที่เสื่อมโทรมลงซึ่งมากับกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นได้ส่งผลให้ภาวะการเจ็บป่วยของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่โรคสมัยใหม่ เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง รวมทั้งการบาดเจ็บล้มตายจากอุบัติเหตุและอุบัติเหตุที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ที่สูงขึ้น

แผนการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) เป็นแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่เน้นให้ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และใช้เศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นพร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนามาเป็นการพัฒนาแบบองค์รวม มีกระบวนการที่จะเชื่อมโยงมิติต่างๆ ของการพัฒนาตลอดจนเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในสังคมมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ในปีแรกของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ประเทศต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อคนและสังคมโดยรวม ทำให้ต้องมีการปรับแผนเพื่อแก้ไขวิกฤตของประเทศ โดยเน้นการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การลดผลกระทบต่อการพัฒนาคนและสังคม การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้มแข็งและกลับสู่สมดุล และการปรับระบบบริหารจัดการเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างรุนแรง ความพยายามในการแก้ไขปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวอย่างช้าๆ และมีเสถียรภาพในระดับหนึ่ง เศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 ในปี พ.ศ. 2543 จากที่เคยหดตัวต่ำสุดถึงร้อยละ 10.2 ในปี พ.ศ. 2541 แต่ยังมีปัญหาในภาคการเงินและอสังหาริมทรัพย์ ปัญหานี้สาธารณะและปัญหาการขาดดุลงบประมาณ อันเป็นข้อจำกัดของการจัดสรรทรัพยากรในระยะต่อไป นอกจากนี้เศรษฐกิจไทยยังมีการพึ่งพิงทุนเทคโนโลยีและตลาดต่างประเทศสูงฐานการผลิตหลักของประเทศยังอ่อนแอ ไม่มีภูมิคุ้มกันที่เพียงพอและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรม ทั้งไม่สามารถรับถ่ายทอดและแปรทุนเทคโนโลยีมาใช้ในการต่อยอดการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจที่มีต่อคนและสังคมได้ก่อให้เกิดปัญหาคุณภาพชีวิตของคนไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้รุนแรงขึ้น กล่าวคือ ภาวะความยากจนที่มีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอดในช่วงก่อนวิกฤตกลับเพิ่มสูงขึ้น จากร้อยละ 11.4 ของประชากรทั้งประเทศ หรือคิดเป็นจำนวนคนยากจน 6.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2539 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.9 หรือคิดเป็นจำนวนคนยากจน 9.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2542 และในช่วงเวลาเดียวกัน

การกระจายรายได้ก็มีปัญหา โดยกลุ่มคนที่มีรายได้น้อยที่สุด 20 เปอร์เซ็นต์แรก มีสัดส่วนรายได้ลดลงจากร้อยละ 4.2 เหลือร้อยละ 3.8 ขณะที่กลุ่มคนที่มีรายได้สูงสุด 20 เปอร์เซ็นต์แรกมีสัดส่วนรายได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56.5 เป็นร้อยละ 58.5 อีกทั้งจำนวนคนว่างงานก็มีเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤตเกือบ 1 ล้านคน นอกจากนี้ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหารุนแรงส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในสังคมมากขึ้น

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545–2549) เป็นแผนที่ได้อัญเชิญแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศโดยยึดหลักทางสายกลางเพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤตสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 นั้นได้เน้นการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง เป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคน ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้เป็นแกนหลักของสังคมไทยมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาชนบทและเมืองรวมตลอดทั้งมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตให้คนไทยอยู่ดีมีสุขได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วยประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาคนให้มีคุณภาพและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง โดยปฏิรูประบบสุขภาพให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เน้นการป้องกันปฏิรูปการศึกษาและกระบวนการเรียนรู้ระดับทักษะฝีมือของคนไทยให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับโครงสร้างการผลิตและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถคิดเป็น ทำเป็นรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงมีคุณธรรม มีระเบียบวินัย และความรับผิดชอบ

2. การส่งเสริมให้คนมีงานทำโดยมุ่งสร้างผู้ประกอบการอาชีพส่วนตัวและผู้ประกอบการขนาดเล็กกระจายโอกาสการมีงานทำในทุกๆพื้นที่ทั่วประเทศ ขยายการจ้างงานนอกภาคเกษตร และส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดแรงงานใหม่ให้แก่แรงงานไทยยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

3. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระบบสหกรณ์ให้เป็นฐานรากที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศ ตลอดจนเน้นความเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและบริการอย่างเป็นระบบครบวงจร ส่งเสริมการระดมทุนในลักษณะกองทุนหมุนเวียน เพื่อการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการขยายโครงการสินเชื่อรายย่อยเพื่อบรรเทาปัญหาสภาพคล่อง ให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพได้มาตรฐานมีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมทั้งพัฒนาข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงชุมชนเพื่อการแปรรูปผลผลิต ตลอดจนเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตที่เชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่นสู่ตลาดระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และต่างประเทศ

4. ส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานและกระจายรายได้ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนเน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่นซึ่ง

รวมถึงวิถีชีวิต สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย และการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนของประเทศ ภายใต้ทรัพยากรภาครัฐที่มีอยู่จำกัด ซึ่งต้องฟื้นฟูเศรษฐกิจให้แข็งแกร่ง มั่นคง และปรับฐานเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถขยายตัวต่อเนื่องในอนาคตได้อย่างมีคุณภาพ

นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความยากจน ที่มุ่งจัดการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นองค์รวม เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบเน้นที่ตัวคนจนและสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหาเชิงระบบและโครงสร้างโดยพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งเพื่อสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถให้คนยากจนสามารถก่อร่างสร้างตัวและพึ่งตนเองได้มากขึ้นโดยส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นองค์กรชุมชนเครือข่ายขององค์กรชุมชนที่เข้มแข็งผ่านกระบวนการเรียนรู้ ให้เกิดการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาของตนควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นคงด้านอาชีพและเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจรสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่เหมาะสม สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศได้ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

สภาพการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความเข้มข้นขึ้นอย่างมากการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่จึงถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งในอดีตผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมุ่งประกอบอาชีพรับเงินเดือนเป็นพนักงานหรือลูกจ้างขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาในระบบน้อยมักจะประกอบอาชีพอิสระและเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีพื้นฐานความรู้ไม่เพียงพอที่จะบริหารจัดการและปรับปรุงพัฒนากิจการให้มีขีดความสามารถเพียงพอที่จะแข่งขันได้ภายใต้ระบบการค้าเสรียุคใหม่ หากสามารถสร้างเสริมผู้ประกอบการเหล่านี้ให้เติบโตและมีความเข้มแข็งได้มากขึ้น ก็จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีความเข้มแข็งและมีภูมิคุ้มกันมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจจึงต้องมุ่งสร้างผู้ที่มีการศึกษา มีประสบการณ์หรือมีความรู้ ความสามารถ ให้ก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมั่นคง เพื่อเป็นฐานรากที่สำคัญของเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้ว่ามีโครงการต่างๆ หลายโครงการที่ทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนเพื่อเป็นการเสริมสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ เช่น โครงการพี่เลี้ยงน้อง และโครงการอบรมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) เป็นต้น ซึ่งจากการดำเนินโครงการดังกล่าวของทางภาครัฐบาลนั้น ผู้เข้าร่วมการอบรมในโครงการฯ ส่วนมากมีสถานภาพเป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว หรือมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการมาแล้วมีส่วนน้อยที่เป็นผู้จบการศึกษาใหม่ ทั้งนี้เพราะผู้จบการศึกษาใหม่ยังไม่มีประสบการณ์การประยุกต์ความรู้ที่ได้รับการอบรมมายังไม่ดีเท่าผู้ที่มีประสบการณ์ ทำให้มีศักยภาพน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบในการที่จะเกิดเป็นผู้ประกอบการใหม่ ผู้ดำเนินโครงการฯ จะต้องทบทวนการพิจารณารับสมัครผู้เข้าร่วมการอบรมที่มีพื้นฐานเป็นผู้ประกอบการอยู่แล้วหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาแล้วซึ่งทำให้ผู้จบการศึกษาใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของโครงการฯ ไม่ได้รับโอกาสมากพอในการพัฒนาตามโครงการนี้ นอกเหนือจากโครงการดังกล่าวที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทางสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการก็ได้จัดทำโครงการหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University

Business Incubator : UBI) เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมให้มีการนำผลงานวิจัยของสถาบัน อุดมศึกษามา เชื่อมต่อกับโลกธุรกิจโดยสนับสนุนให้มีการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาขึ้น สอดคล้องกับทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดให้มีโครงการ เสริมสร้างผู้ประกอบการ ภายใต้งบประมาณปี พ.ศ. 2547 – 2548 โดยจัดให้มีกิจกรรมที่เรียกว่า “กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ” เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ จริงและดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ โดยร่วมมือกับหน่วยงาน สถาบันการศึกษา ที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ ด้วยเหตุผลที่ว่าส่วนหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนจบโดยมากจะเป็นพนักงานของ ธุรกิจเอกชน และมีบางส่วนที่ไปประกอบกิจการส่วนตัว แต่ก็มีสัดส่วนที่น้อยมาก เหตุผลส่วนหนึ่งนั้น เนื่องมาจากการไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจทำให้ไม่กล้าที่จะเริ่มประกอบธุรกิจทันทีที่จบการ ศึกษา ซึ่งถ้าหากมหาวิทยาลัยมีสถานที่หรือหน่วยงานหรือ โครงการที่จะให้นักศึกษาได้มีโอกาสฝึกฝนการ ประกอบธุรกิจจริงก็จะช่วยให้นักศึกษามีประสบการณ์ที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น(ศูนย์ศึกษาธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2549) จากฐานข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์พบว่ามี กิจการที่ได้รับอนุมัติการส่งเสริมการลงทุน ในปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2547 เป็นจำนวน 839 ราย และ 1,227 ราย ตามลำดับและมียอดสะสมตั้งแต่เดือน มกราคม – กันยายน ปี พ.ศ. 2548 จำนวน 890 ราย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2549)

สำหรับปัญหาและข้อจำกัดปัจจุบันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ภาพรวม ซึ่งสามารถที่จะสรุปได้ดังต่อไปนี้ คือ (1) ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศขณะเดียวกันความ สะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่รวมทั้ง สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิต โดยกลุ่มวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมมากขึ้น (2) การขาดแคลนเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมจึงมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุน หมุนเวียนทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้อง พึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง (3) ปัญหาด้านแรงงานของธุรกิจ SMEs มีปัญหา การเข้าและออกจากรางานสูง กล่าวคือเมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงาน ขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า (4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตที่มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนยังไม่เป็นรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเนื่องจากการลงทุนต่ำและ ผู้ประกอบการและพนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิคที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนาแบบ ผลิตภัณฑตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี (5) ข้อจำกัดด้านการจัดการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการ เรียนรู้ โดยเรียนรู้จากการลองผิดลองถูกเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการ

บริหารภายใน ลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีหากธุรกิจไม่มีขนาดใหญ่หนักในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้ (6) ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs จำนวนมากมีการจัดตั้งกิจการในรูปแบบอย่างไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียนโรงงานทะเบียนพาณิชย์หรือทะเบียนการค้า ดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐเนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อให้ความช่วยเหลือ SMEs ก็ตาม แต่มีเพียงร้อยละ 8.1 ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ (7) ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การจากภาครัฐและเอกชนที่ผ่านมาเป็นการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถดำเนินการ โดยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากรและงบประมาณ ดังนั้นจำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคจึงมีความจำกัดในการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ ที่ไม่อาจสนองตอบได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ (8) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐและข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549) ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวสามารถวางแนวทางในการสร้างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอนาคตมั่นคงถาวร หรือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการพัฒนาให้เกิดขึ้น และเติบโตอย่างยั่งยืนซึ่งอาจมีแนวทางดำเนินการคือ (1) เน้นในเรื่องข้อมูลข่าวสารการลงทุนสาขาที่มีศักยภาพ ซึ่งจากงานวิจัยของ มนตรี สุริโยไทย (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย รูปแบบการบริหารและการจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานและสถาบันที่เกี่ยวข้องแบบเจาะจง ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า การใช้บริการจากสถาบันพัฒนาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน เช่น การให้บริการในด้านต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการจากสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นเกิดจากการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือหรือการใช้สื่อที่ผู้ประกอบการคาดหวังประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการและความน่าเชื่อถือของสถาบัน

นั้น ๆ อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องของการเงิน / บัญชีและปัญหาด้านการตลาด การแข่งขันในระดับสูง ส่วนปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารนั้นผู้ประกอบการต้องติดต่อหน่วยงานหลายแห่งเพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามความต้องการ และจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการคือขาดความรู้และข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ มากกว่าจะเป็นปัญหาทางการเงิน ส่วนในเรื่องของแนวทางหรือรูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ร้อยละ 84.1 ต้องการให้มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบบครบวงจร (One Stop Service) รวมอยู่ที่หน่วยงานเดียว มีบริการผ่านโทรศัพท์ (Call Center) ติดต่อได้ทุกเรื่อง (2) เน้นกลไกการส่งเสริมอย่างใกล้ชิดและครบวงจรในลักษณะการบ่มเพาะ (3) เน้นกลไกสินเชื่อเพื่อการเริ่มต้นกิจการ (4) เน้นกลุ่มเป้าหมายด้านนโยบาย เช่น กลุ่มผู้มีความรู้และประสบการณ์การทำงาน, กลุ่มผู้จบการศึกษาใหม่ที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรม, กลุ่มประชาชนทั่วไป ที่จะจัดตั้งหน่วยผลิต หรือธุรกิจชุมชน

ด้วยความสำคัญในรายละเอียดดังกล่าวข้างต้นจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษารวบรวมข้อมูลในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในกลุ่มของผู้ที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ประกอบการ คือกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายของการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งมีอายุระหว่าง 20-25 ปี แคทลียา ท่วมประดม (2549) ได้กล่าวว่า ในช่วงวัย 20 ปี จะมีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจค่อนข้างต่ำ จุดมุ่งหมายในการทำธุรกิจก็ยังสับสน ไม่รู้ทางไหนดี แต่ข้อดีก็คือ มีแรงบันดาลใจและแรงกระตุ้นสูงสุดถึงแม้จะมีความสามารถในการตัดสินใจและความรอบคอบค่อนข้างต่ำและในช่วงวัยนี้เป็นวัยแห่งการแสวงหา ดังนั้น ควรที่จะลองทำในหลาย ๆ สิ่ง เพื่อที่จะได้ทราบว่า อะไรคือสิ่งที่ชอบ ถนัดและอยากทำมากที่สุด วัยนี้เป็นวัยแห่งการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกอาชีพของ Ginzberg (1951) อ้างในวรรณ เต็มสิริพจน์ (2533) คือช่วงอายุ ระหว่าง 20 – 25 ปี จะอยู่ที่ระดับ Reality stage ซึ่งในขั้นตอนนี้บุคคลจะเลือกอาชีพ โดยคำนึงถึงโลกอาชีพที่ตนต้องการกับความเป็นไปได้ที่ตัวเองจะเข้าไปสู่อาชีพนั้นว่า จะต้องผ่านขั้นตอนอย่างไรบ้าง เช่น โอกาสที่จะประกอบอาชีพนั้น ระดับการศึกษา หรือประสบการณ์ด้านการทำงาน ดังนั้นในขั้นตอนนี้เป็นขั้นที่จะพาไปสู่การตัดสินใจเลือกอาชีพอย่างแท้จริง อีกทั้งในแต่ละปีมีผู้สำเร็จการศึกษาจากในระดับอุดมศึกษามากขึ้นเรื่อย ๆ และมีความต้องการงานมากขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่ความต้องการบุคลากรของหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนลดลง ทำให้บัณฑิตที่จบการศึกษาไปต้องอาศัยความพยายามอย่างมากในการหางานทำและส่วนหนึ่งตกอยู่ในสภาพของผู้ว่างงานซึ่ง ศุภศิริ รัมมาคม อ้างใน สุภาภรณ์ ขาวสวย (2546) ได้กล่าวไว้ว่า การประกอบธุรกิจทำให้เกิดการจ้างงานมากขึ้นจึงเป็นการแก้ไขปัญหาการว่างงานได้

การค้าปลีกเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ย่อยต่อการทำธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและมีการใช้ทรัพยากรจำกัดจึงง่ายต่อการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ อีกทั้งมีความมั่นคง เนื่องจากธุรกิจการค้าปลีกส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าที่เป็นต่อการดำรงชีพ ดังนั้นจึงได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือปัญหาอื่น ๆ ค่อนข้างน้อย และไม่ได้ขึ้นกับผู้ขายจำนวนน้อยหรือลูกค้าจำนวนน้อยธุรกิจการค้าปลีกไม่จำเป็นต้องขึ้นกับผู้ขายสินค้ารายใดรายหนึ่งเพราะว่าสินค้า

ที่ผู้ค้าปลีกจำหน่ายนั้นมีจำนวนมากในขณะที่เดียวกันผู้ค้าปลีกจะมีลูกค้าหรือมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน จึงไม่ได้ขึ้นกับผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงน้อยกว่าธุรกิจอื่น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, เกรียงไกร ชำนาญไพศาล, สุพาดา สิริกุตตา, พิมพ์ หิรัญกิตติ และชูชาติ มีจินดา, 2546, หน้า 21) ซึ่งแก่นแท้ของการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการไม่ใช่เป็นไปได้โดยบังเอิญหรือใครก็สามารถที่จะเป็นได้ (MaClelland, 1961, 1985 อ้างใน Hannu Littunen, 2000) ทางผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกผ่านปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality factors) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) และ ปัจจัยด้านการกระทำ(Action factors) (Vadim Kotelnikov, 2000) อีกทั้งจะทำให้ทราบแนวโน้มที่นักศึกษาจะเป็นผู้ที่ประกอบกิจการของตนเองในอนาคตด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงศักยภาพในด้านต่างๆ ของการคิดและการริเริ่มเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก รวมถึงปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้น
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้จะเป็นการศึกษาในส่วนของผู้ที่มีความรู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ ในกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายในสถาบันระดับอุดมศึกษา มีพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (นครราชสีมา) มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

1.4 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย

ได้กำหนดตัวแปรเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- 1.4.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

- 1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่ง Vadim Kotelnikov (ออนไลน์, 2000) ได้ทำการสรุปปัจจัยสำหรับผู้ประกอบการแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

- 1.4.1.1.1 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality factors) ประกอบด้วยคุณลักษณะเกี่ยวกับด้านของพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจที่ต้องการมุ่งไปสู่ความสำเร็จ (Achievement Motivation) และการควบคุมตนเอง (Locus of control) (Hannu Littunen, 2000)

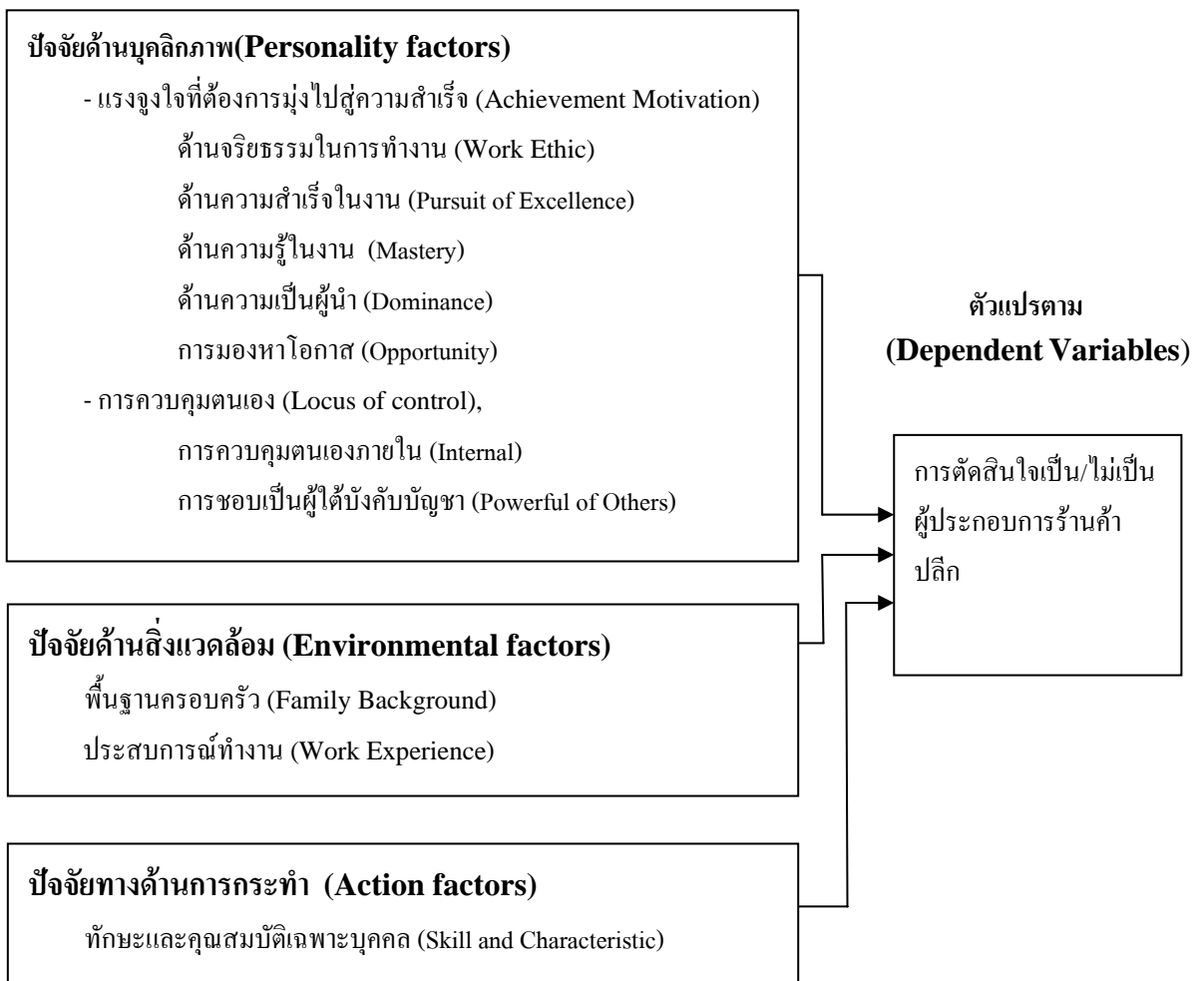
1.4.1.1.2 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) ได้แก่ พื้นฐานครอบครัว การศึกษาและประสบการณ์ทางด้านของการค้าปลีก

1.4.1.1.3 ปัจจัยทางการกระทำ (Action factors) ได้แก่ ทักษะและคุณสมบัติเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นทักษะและคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ช่วยให้ธุรกิจการค้าปลีกประสบความสำเร็จ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

1.4.1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิด ดังปรากฏตามภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ที่มา: จากการประยุกต์ทฤษฎีของVadim Kotelnikov (ออนไลน์, 2000)

1.5 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางการกระทำและปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

1.6 คำนิยามศัพท์

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความคิดในการที่จะหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งและจัดระบบภายในและการบริหารดำเนินงานของธุรกิจ (มุสตี รุมาคม, 2540)

การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัว ที่ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ ผู้ที่ทำการค้าปลีกเรียกว่า ผู้ค้าปลีก ธุรกิจการค้าปลีกส่วนใหญ่ขายผ่านร้านค้าปลีกทั่วไป การค้าปลีกอาจดำเนินงานโดยใครก็ได้ อาจจะเป็นผู้ผลิตหรือคนกลางแต่ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่า การขายนั้นเป็นการขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อใช้ส่วนตัว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543, Newman and Cullen, 2002 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ผู้ค้าปลีกหรือร้านค้าปลีก คือ ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่พื้นฐานในการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย คำที่มีความหมายคล้ายกับพ่อค้าปลีก คือ ผู้ขาย ซึ่งมีความหมายต่างจากผู้ค้าส่ง หรือผู้จัดจำหน่ายผู้ค้าส่งและผู้จัดจำหน่าย มีลูกค้านี้คือคนกลางและผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

ธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการขนาดเล็ก เป็นธุรกิจอิสระที่มีเงินลงทุนในกิจการน้อย ยอดขายต่ำ มีทรัพย์สินจำนวนจำกัด และมีพนักงานน้อยความสำคัญของธุรกิจขนาดเล็ก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

การบ่มเพาะ หมายถึง การสร้างองค์ความรู้อย่างเป็นระบบในการสนับสนุนและพัฒนาบัณฑิตเพื่อสามารถเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้ คาดว่าจะได้รับผลประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ได้รับทราบถึงศักยภาพในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
2. ได้รับทราบวิวัฒนาการสภาพการทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์เศรษฐกิจที่ผันผวน
3. ได้ทราบถึงขนาดของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

4. ข้อมูลที่ได้ทางภาครัฐบาล สามารถที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในวางแผนพิจารณาสนับสนุนในด้านต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการวิจัยมากขึ้น ที่จะก่อให้เกิดการเป็นผู้ประกอบการอย่างมั่นคง
5. สถาบันการศึกษาสามารถที่จะนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ในการสร้างหลักสูตรเพื่อตอบสนองนโยบายของทางภาครัฐบาล

บทที่ 2

ปรัทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา วิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

2.1.2 ทฤษฎีการเลือกอาชีพ

2.1.3 ทฤษฎีแนวคิดด้านบุคลิกภาพ

2.1.4 ทฤษฎีแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม

2.1.5 ทฤษฎีแนวคิดด้านการกระทำ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1. แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ได้ทำการศึกษา นั้นครอบคลุมถึงความหมาย ทัศนคติและสิ่งจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ มีนักทฤษฎีหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจ โดยยอมรับความ เสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไรเป็นผลประโยชน์ตอบแทนความเสี่ยงในการลงทุนทำธุรกิจ และต้องรับความเสี่ยงที่ จะเกิดขึ้นจากการเริ่มต้นทำสิ่งใหม่ ซึ่งบางครั้งธุรกิจนอกจากจะไม่มีกำไรเป็นค่าตอบแทนความเสี่ยงแล้ว ยังอาจประสบกับภาวะขาดทุนด้วย ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความคิดในการที่จะหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งและจัดระบบภายในและการบริหารดำเนินงานของธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ยอม ทุ่มเวลา ความพยายาม และเงินทุน เพื่อเริ่มและดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจทุกอย่างด้วยตัวเอง ไม่มีนาย ไม่มีลูกน้อง ไม่มีใครมาช่วยตัดสินใจในเรื่องใหญ่ ๆ (มุสดี รุมาคม, 2540, Boone and Kurtz, 2002, Hisrich and Peter, 2002 อ่างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, Raymond W.Y.Kao, Tan Wee Ling, 2001 และ Robert D. Hisrich. Michael P. Peter and Dean A. Shepherd, 2005) อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาและคอยประคับ

ประกอบให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นมีการเจริญเติบโต(วินิจ วิรยางกูร, 2532) ส่วนในแง่ที่ว่าผู้ก่อตั้งมักจะมองหาโอกาสและได้จัดตั้งองค์กร ตลอดจนรวบรวมทรัพยากรเพื่อไขว่คว้าโอกาสนั้น ๆ (ณัฐยา สิ้นตระการผล, 2549) ในช่วงทศวรรษ 1930 Joseph Schumpeter (2548) อ้างใน ณัฐยา สิ้นตระการผล (2549) ได้อธิบายว่า ผู้ประกอบการเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความสร้างสรรค์ยิ่งกว่าเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการใด ๆ ในการกระทำสิ่งต่างๆ และเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการแทนที่ด้วยนวัตกรรมสารพัดชนิด

การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง กิจกรรมเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการซึ่งทั้งหมดเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัว ที่ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ ผู้ที่ทำการค้าปลีก เรียกว่า ผู้ค้าปลีก ธุรกิจการค้าปลีกส่วนใหญ่ขายผ่านร้านค้าปลีกทั่วไป การค้าปลีกอาจดำเนินงานโดยใครก็ได้ อาจจะเป็นผู้ผลิตหรือคนกลางแต่ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่า การขายนั้นเป็นการขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อใช้ส่วนตัว (Levy and Weitz, 2001, Newman and Cullen , 2002 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, Rosemary varley และ Mohammed rafiq, 2004 และ Ron Hasty and James Reardon, 1997)

จากความหมายของการค้าปลีกข้างต้นสามารถสรุปลักษณะของการค้าปลีกได้ดังนี้

1. เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ
2. ลูกค้า คือ ผู้บริโภค หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นบุคคลหรือสถาบันที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อธุรกิจ
3. เป็นการทำธุรกิจในขั้นสุดท้ายของช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเป็นตัวกลางระหว่างโรงงานผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้าย
4. ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าในปริมาณมากและทยอยขายในปริมาณน้อยให้กับผู้บริโภค
5. ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจากในประเทศหรือจากต่างประเทศเพื่อนำมาขายต่อ
6. ผู้ค้าปลีกอาจจะขายบริการควบคู่ไปกับการขายสินค้าด้วย เช่น ภัตตาคารจะขายอาหาร เครื่องดื่มและการให้บริการ คือ เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มด้วย
7. ผู้ค้าปลีกจะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคที่แตกต่างกันเนื่องจากว่าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน

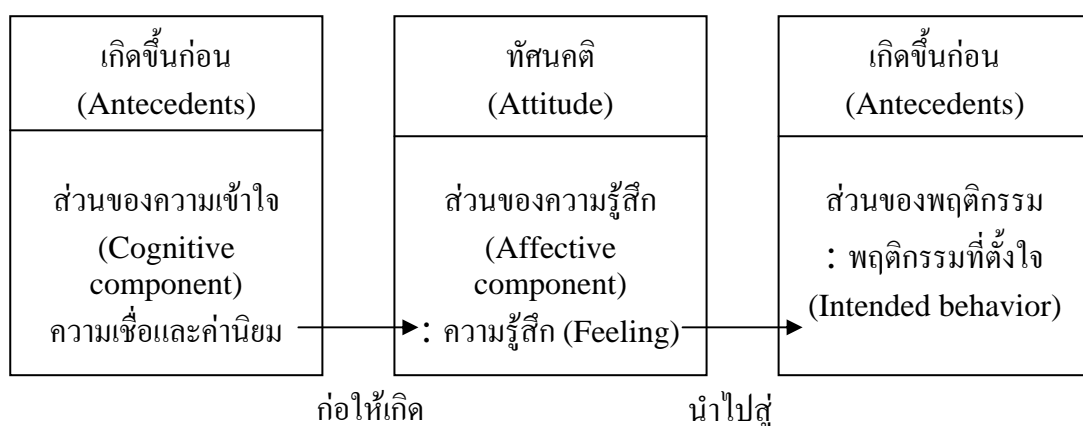
O.C. Ferrell, Geoffrey Hirt. (2546) ได้อธิบายความหมายของการค้าปลีกเพิ่มเติมคืออุตสาหกรรมการค้าปลีกทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสนใจ เพราะสามารถหาข้อมูล ความรู้ เก็บเกี่ยวประสบการณ์ และดำเนินกิจการธุรกิจแบบนี้ได้ง่าย อีกทั้งผู้ประกอบการสามารถเปิดร้านค้าปลีกได้โดยใช้เงินลงทุนจำนวนหนึ่งที่ไม่มากนัก สำหรับอุปกรณ์และระบบการจัดจำหน่าย โดยสิ่งที่จำเป็นได้แก่ร้านซึ่งอาจใช้พื้นที่เล็ก ๆ สินค้า และเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจจำนวนหนึ่ง นอกจากนี้ยังต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าประกอบกับความสามารถในการใช้การส่งเสริมการตลาด

เพื่อให้ลูกค้ารู้จักร้านและทักษะการจัดการขั้นพื้นฐานในปัจจุบันเริ่มมีความนิยมดำเนินธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ อันจะเป็นโอกาสให้ธุรกิจขนาดย่อมสร้างตลาดได้กว้างมากขึ้น

2.1.1.2 ทฤษฎีทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ (Attitudes) คือ การประเมินหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบในวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของคนคนหนึ่งเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นท่าทีหรือแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งของก็ได้ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐานซึ่งทัศนคติไม่ใช่สิ่งเดียวกับค่านิยมเพราะค่านิยมเป็นสิ่งที่เราเห็นคุณค่าและทัศนคติเป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ ส่วนประกอบของทัศนคติ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

- 1) ส่วนของความเข้าใจ คือ ส่วนที่เป็นความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและความเชื่อถือของบุคคล ซึ่งอาจจะถูกหรือผิดก็ได้ เช่น “ฉันขาดความรับผิดชอบในงาน” ส่วน “ความรับผิดชอบในงานเป็นสิ่งสำคัญ” จะสะท้อนถึงค่านิยม
- 2) ส่วนของความรู้สึก คือ ส่วนของอารมณ์ความรู้สึกซึ่งเป็นทัศนคติส่วนบุคคล
- 3) ส่วนของพฤติกรรม คือ ส่วนของความตั้งใจที่จะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับความรู้สึกหรือทัศนคติที่มีอยู่ ทัศนคติและพฤติกรรม ทัศนคติและพฤติกรรมของคนเรานั้นเป็นสิ่งที่มีความต่อเนื่องกัน กล่าวคือ ทัศนคติจะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่มีความสอดคล้องกับทัศนคติ การมองทัศนคติจากส่วนประกอบ 3 ส่วนนี้ จะช่วยให้เราเข้าใจความซับซ้อนหรือความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมได้ สามารถแสดงดังรูปต่อไปนี้

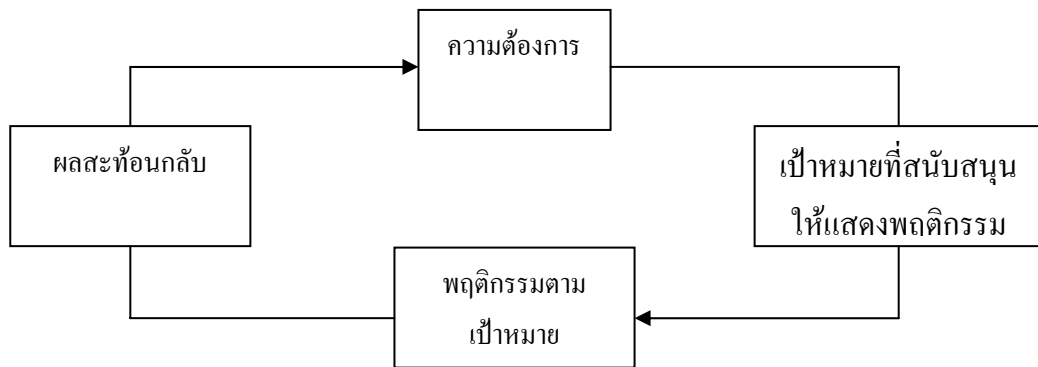


ภาพที่ 2.1 ส่วนประกอบ 3 ส่วนของทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับงาน

ที่มา : (Schermerhorn, Hunt and Osborn. 2003 อ้างถึงใน รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548)

2.1.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ

ริงส์เวิร์ค ประเสริฐศรี (2548) ได้ให้ความหมายของ การจูงใจ (Motivation) คือ เป็นความต้องการ ที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงภายในจิตใจ ทำให้บุคคลเกิดความเครียด บุคคลจึงพยายามหาวิธีเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ทั้งนี้เพราะการจูงใจที่ถูกต้องและเหมาะสมจะกระตุ้นให้บุคคลากรตั้งใจ เต็มใจ และทุ่มเททำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อให้ผลงานออกมาดีมีนักทฤษฎีหลายท่าน ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของการจูงใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้



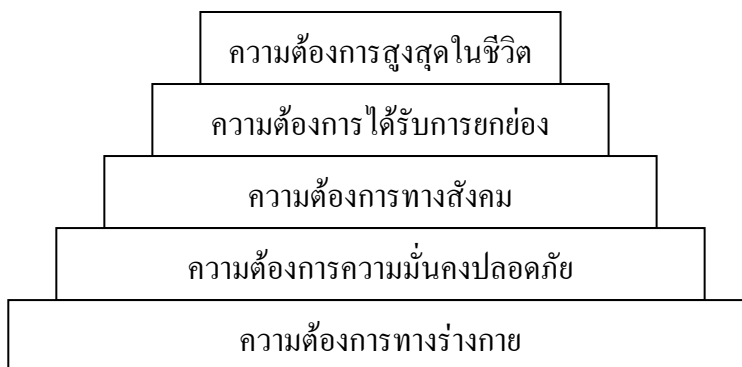
ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีความต้องการและเป้าหมายในการจูงใจ

ที่มา : (เนตรพัฒนา ยาวีราช, 2546)

2.1.1.3.1 ทฤษฎีความต้องการเป้าหมาย ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล

โดยการจูงใจบุคคลเกิดจากความต้องการความต้องการทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการตามเป้าหมายนั้น เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองแล้วก็จะทำให้ความต้องการลดน้อยลงเมื่อบุคคลได้บรรลุเป้าหมายแล้ว เช่น เมื่อบุคคลมีความต้องการความสำเร็จก้าวหน้าในอาชีพ ก็จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการนั้น (เนตรพัฒนา ยาวีราช, 2546)

2.1.1.3.2 ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์



ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

ที่มา : (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

อับบราฮัม มาสโลว์ (คิวิวรรณ เสรีรัตน์, 2543, รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548) ได้ศึกษา ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการที่เรียกว่าทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการบุคคลมีความต้องการไม่สิ้นสุด และเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการในสิ่งอื่น ๆ จะเข้ามาแทนที่ไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจอีกเว้นแต่ถ้ามีความต้องการขั้นอีกความต้องการ สามารถจัดลำดับได้ตั้งแต่ขั้นต่ำสุดไปจะถึงขั้นสูงสุด เรียกว่าลำดับขั้นของความต้องการแบ่งเป็น 5 ชั้น คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) หมายถึง เป็นระดับของความ ต้องการระดับแรกซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเป็นความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต หรือ ความต้องการด้านปัจจัย 4 เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ความต้องการ ทางเพศ ความสะอาดสบาย เป็นต้น

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and security needs) หมายถึง ความ ต้องการได้รับการปกป้องจากอุปสรรคและการออกจากงาน ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งเป็น ความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด

3. ความต้องการทางสังคม (Social needs) หรือความต้องการการยอมรับและความรัก เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับความรัก ความต้องการเพื่อน ความเป็นเจ้าของ เป็น ส่วนหนึ่งของสังคม

4. ความต้องการได้รับการยกย่อง (Esteem needs) หมายถึง เป็นความต้องการการ ยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะ จากสังคม เช่น ความต้องการเป็นอิสระ ต้องการการยอมรับ ได้รับการ ยกย่อง ได้รับเกียรติจากผู้อื่น เป็นต้น

5. ความต้องการบรรลุผลสำเร็จสูงสุด (Self actualization needs) หมายถึง ความ ต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในสิ่งที่ปรารถนาทุกอย่างที่ตั้งใจไว้

2.1.1.3.3 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์

ทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด์ได้ศึกษาถึงความต้องการของบุคคลซึ่งมี ความต้องการ 3 ด้าน คือ ความต้องการบรรลุความสำเร็จ ความต้องการทางสังคม และความต้องการ อำนาจ ความต้องการทั้งสามด้านนี้เป็นสิ่งที่บุคคลมีความต้องการอยู่เสมอในชีวิต ความต้องการบรรลุ ความสำเร็จ หมายถึงความต้องการบรรลุความสำเร็จในเป้าหมายที่ตั้งไว้บุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงมี ลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบทำงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของ ตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว ความ ต้องการทางสังคม หมายถึงความต้องการในการเข้ากันได้ดีกับผู้อื่นและทำให้ผลการทำงานก้าวไปสู่ระดับ สูงขึ้นได้ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความ ผูกพันจะชอบสถานการณ์ร่วมมือนอกกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความ สัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น ความต้องการอำนาจ หมายถึง ความต้องการอำนาจในตนเอง ซึ่งหมายถึงมีอำนาจที่

แสดงออกอย่างก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งจะแสวงหาวิถีทางเพื่อทำให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นต้องการให้ผู้อื่นยอมรับและยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการทำให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และใช้อำนาจสั่งการต่อผู้อื่นให้กระทำตามเป้าหมายที่ต้องการ และอำนาจในทางสังคม ซึ่งเป็นอำนาจในทางบวกหมายถึงการมีอำนาจเป็นที่ยอมรับในสังคม ความต้องการทั้งสามด้านนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการบริหารทำให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ผลตามที่ต้องการ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2546)

2.1.2 ทฤษฎีการเลือกอาชีพ

การตัดสินใจเลือกอาชีพ คือ การนำข้อมูลหลาย ๆ ด้าน ที่เกี่ยวกับอาชีพที่จะเลือกมาพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนรอบคอบ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพให้เหมาะสมกับสภาพจิตใจความสามารถของตนเองให้มากที่สุด มีปัญหาอุปสรรคน้อยที่สุด

จอห์น แอล ฮอลแลนด์ เป็นผู้สร้าง "แบบสำรวจความพอใจในอาชีพ" ได้สร้าง "ทฤษฎีการเลือกอาชีพ" ขึ้นโดยมีความคิดพื้นฐาน 4 ประการ (Holland, 1973) ดังนี้

1. บุคลิกภาพของบุคคลทั่วไปแบ่งได้เป็น 6 ลักษณะตามความสนใจอาชีพประเภทต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ งานช่างฝีมือและกลางแจ้ง งานวิทยาศาสตร์และเทคนิค งานบริการการศึกษาและสังคม งานสำนักงานและเสมียน งานจัดการและค้าขาย งานศิลปะดนตรีและวรรณกรรม บุคลิกภาพแต่ละลักษณะเป็นผลจากการปะทะสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ กับแรงผลักดันส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยศักดิ์ตระกูล บิคารมาตรา ระดับชั้นทางสังคม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประสบการณ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนี้จะกลายเป็นความสนใจ และจากความสนใจจะนำไปสู่ความสามารถเฉพาะ ท้ายที่สุดความสนใจและความสามารถเฉพาะจะกำหนดให้บุคคลคิด รับรู้ และแสดงเอกลักษณ์ของตน

2. สิ่งแวดล้อมของบุคคลก็แบ่งได้เป็น 6 อย่างตามความสนใจอาชีพประเภทต่าง ๆ ข้างต้นเช่นเดียวกัน สิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างนี้ถูกรอบงำโดยบุคลิกภาพ และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาและความกดดันบางประการ และโดยเหตุที่บุคลิกภาพต่างกัน ทำให้ความสนใจและความถนัดต่างกันด้วย บุคคลจึงมีแนวโน้มจะหันเข้าหาบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน ดังนั้น บุคคลในกลุ่มเดียวกันจึงมักจะมีอะไร ๆ คล้าย ๆ กัน

3. บุคคลจะค้นหาสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เขาได้ฝึกทักษะและใช้ความสามารถของเขาทั้งยังเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงทัศนคติ ค่านิยม และบทบาทของเขา

4. พฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้เมื่อเราทราบบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคลก็จะทำให้เราทราบถึง ผลที่จะติดตามมาด้วย ซึ่งได้แก่การเลือกอาชีพการเปลี่ยนงานความสำเร็จในอาชีพ ความสามารถเฉพาะพฤติกรรมทางการศึกษาและสังคม

นอกจากความคิดพื้นฐาน 4 ประการข้างต้นแล้ว ฮอลแลนด์ยังมีแนวคิดปลีกย่อยเพิ่มเติมอีก 4 ประการ ดังนี้

1. ความสอดคล้องต้องการ (Consistency) บุคลิกภาพบางลักษณะมีความสอดคล้องต้องการ เช่น บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้งกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานวิทยาศาสตร์และเทคนิค หรือบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงาน และเสมือนกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะ คนตรี และวรรณกรรม

2. ความแตกต่างกัน (Differentiation) โดยปกติ บุคคลจะมีบุคลิกภาพเด่นชัดอยู่ลักษณะหนึ่ง แม้จะมีบุคลิกลักษณะอื่น ๆ ปะปนอยู่บ้าง แต่บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพลักษณะต่าง ๆ อยู่ในระดับใกล้เคียงกันจนยากต่อการชี้ชัดลงไปว่า บุคคลนั้นมีบุคลิกภาพลักษณะใด

3. ความเหมาะสมกัน (Congruence) บุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมต้องมีความเหมาะสมกัน เช่น สิ่งแวดล้อมของผู้มีความสนใจประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้งย่อมเหมาะสมกับบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทนี้มากกว่าบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจประเภทอื่น

4. การคาดคะเน (Calculus) โดยเหตุที่บุคลิกภาพแต่ละลักษณะและสิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างมิได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด และต่างก็มีความสัมพันธ์ภายในกันอยู่ ดังนั้นเมื่อบุคคลมีบุคลิกภาพลักษณะหนึ่งก็ทำให้สามารถคาดคะเนถึงบุคลิกภาพลักษณะอื่นได้ด้วย

Robert Hoppock (1976) เสนอทฤษฎีชื่อว่า ทฤษฎีองค์ประกอบการตัดสินใจ แนวความคิดของทฤษฎีนี้อธิบายว่า การที่จะพิจารณาพฤติกรรมการเลือกอาชีพของบุคคลนั้น การเลือกอาชีพจะแตกต่างกันเนื่องจากอิทธิพลของการตอบสนองความต้องการทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความมั่นคง ความมีเกียรติยศ ชื่อเสียง ความคาดหวังในการดำเนินชีวิต คุณลักษณะเฉพาะตัว ความพึงพอใจใน ผลตอบแทนที่ได้รับ นอกจากนี้ การเลือกอาชีพของบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อบุคคลนั้นเชื่อว่าอาชีพใหม่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าอาชีพเดิม ซึ่งสามารถสรุปหลักสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือ

1. บุคคลเลือกอาชีพเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
2. บุคคลจะเลือกอาชีพซึ่งตนเชื่อว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการที่มีความสำคัญสูงสุดสำหรับตนเอง
3. ความต้องการของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของตนเอง แม้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับอาชีพของบุคคลจะยังไม่ชัดเจนก็ตาม
4. พัฒนาการทางอาชีพของบุคคลหนึ่งจะเริ่มขึ้นเมื่อมีความตระหนักเป็นครั้งแรกว่าอาชีพสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้
5. พัฒนาการทางอาชีพและการตัดสินใจเลือกอาชีพดำเนินไปอย่างเหมาะสมถ้าบุคคลสามารถคาดการณ์ได้ว่าอาชีพจะตอบสนองความต้องการของตนเองได้ดีเพียงใดซึ่งความสามารถในการคาดการณ์นี้ขึ้นอยู่กับความรู้หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเองความรู้หรือการรับรู้เกี่ยวกับอาชีพและความสามารถที่จะคิดได้อย่างกระจ่างชัด

6. ข้อมูลเกี่ยวกับตนเองของแต่ละบุคคลจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพ เพราะจะช่วยให้ตนเองประจักษ์ถึงความต้องการและยังช่วยให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะประสบความสำเร็จในอาชีพที่จะตัดสินใจเลือกนั้นได้ในด้านใดบ้าง
7. ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของแต่ละบุคคล เพราะจะช่วยให้สามารถค้นพบอาชีพซึ่งอาจตอบสนองความต้องการของตนเอง และสามารถคาดการณ์ได้ว่าอาชีพที่จะตัดสินใจเลือกนั้นจะนำความพึงพอใจมาให้มากน้อยเพียงใด
8. ความพึงพอใจในอาชีพของแต่ละบุคคลมีผลมาจากได้รับการตอบสนองความต้องการตามความคาดหวังของตนเพียงใด
9. ความพึงพอใจในอาชีพของแต่ละบุคคลมีผลมาจากได้รับการตอบสนองความต้องการของตนเองในปัจจุบัน และจากแนวโน้มที่จะได้รับการตอบสนองในอนาคต
10. การตัดสินใจเลือกอาชีพของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ทั้งนี้ถ้าบุคคลเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงจะตอบสนองความต้องการของเขาได้ดีกว่า

2.1.3 ทฤษฎีด้านบุคลิกภาพ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) ได้ให้ความหมายดังนี้ บุคลิกภาพ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Personality มาจากรากศัพท์ภาษากรีก คือ Persona (Per + Sonare) ซึ่งหมายถึง ลักษณะโดยรวมของบุคคลซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้แต่ละคนมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย กิริยา ท่าทาง การวางตัว ความคิด ความรู้สึกความสนใจ ความสามารถ สติปัญญา รสนิยม ฯลฯ บุคลิกภาพของคนเรานั้นเป็นสิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาในการหล่อหลอมสามารถปรับปรุงพัฒนา หรือเสริมสร้างให้ดีขึ้นได้ ซึ่งบุคลิกภาพมีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของบุคคลทั้งในด้านส่วนตัว ครอบครัว และองค์กร การเรียนรู้ในเรื่องของบุคลิกภาพจะทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น

ลักษณะบุคลิกภาพและการจัดประเภทบุคลิกภาพเป็นบุคลิกภาพที่มีลักษณะค่อนข้างถาวรที่อธิบายถึงพฤติกรรมเฉพาะอย่างของบุคคล จากการวิจัยพฤติกรรมมองการณ์โดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพที่มีมาตรฐาน เพื่อพิจารณาถึงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลในเชิงบวกและเชิงลบ จึงทำให้ได้มิติของบุคลิกภาพ 5 ประการ โดยมีลักษณะดังนี้

1. การเปิดเผย หมายถึง บุคลิกภาพที่ชอบเข้าสังคม ช่างพูด ช่างคุย และชอบแสดงออกเป็นลักษณะของบุคคลที่จะมีความก้าวหน้าในด้านงานขายและตำแหน่งงานบริหาร
2. การประนีประนอม หมายถึง บุคลิกภาพที่มีจิตใจดี พร้อมจะให้ความร่วมมือและเป็นที่น่าไว้วางใจ
3. ลักษณะยึดมั่นในหลักการ หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความรับผิดชอบ มีหลักการเหตุผล ยืนหยัดและมุ่งความสำเร็จ ตัวอย่างของอาชีพที่มีบุคลิกภาพลักษณะนี้ ได้แก่ วิศวกร ตำรวจ ผู้บริหาร พนักงานขาย และพนักงานที่มีทักษะและกึ่งทักษะ

4. ความมั่นคงทางอารมณ์ หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงบุคลิกภาพที่สงบไม่วิตกกังวลมีความรู้สึกปลอดภัย และผ่อนคลาย

5. เปิดใจสู่การเรียนรู้ หมายถึง บุคลิกภาพที่แสดงถึงการมีจินตนาการ ความอยากรู้อยากเห็น และใจกว้าง

2.1.4 ทฤษฎีด้านสิ่งแวดล้อม

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) ได้ให้ความหมายของ สิ่งแวดล้อม คือ สภาพที่มีผลต่อบุคลิกภาพ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกอาชีพ ประกอบด้วย

2.1.4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

2.1.4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐานหรือวัฒนธรรมหลัก เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง

2.1.4.1.2 วัฒนธรรมรองหรือวัฒนธรรมย่อย เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคมซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ในแต่ละวัฒนธรรมจะประกอบด้วยวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับสมาชิกในกลุ่มนั้น ๆ วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มอายุ กลุ่มอาชีพ เป็นต้น

2.1.4.1.3 ชั้นของสังคม หมายถึง การแบ่งหรือการจัดลำดับสมาชิกภายในสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน มนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคมจะมีสถานะทางสังคมที่ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับระดับของการศึกษา รายได้ พื้นฐานครอบครัว และอาชีพ โดยชั้นของสังคมจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลว่าเขาควรจะวางตัวอย่างไร เพื่อให้เหมาะสมกับสถานะทางสังคมของตน

2.1.4.2 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย

2.1.4.2.1. กลุ่มอ้างอิง (Reference group) หมายถึง กลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งกลุ่มเหล่านี้จะมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์จึงต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. กลุ่มปฐมภูมิ (Primary group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน เป็นต้น ซึ่งมีการพบปะกันอย่างต่อเนื่องอย่างไม่เป็นทางการ

2. กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group) ได้แก่ สถาบันการศึกษา ศาสนา องค์กรธุรกิจ ตลอดจนกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคมที่มีการติดต่อกันแบบไม่เป็นทางการ

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการขัดเกลาหรือการอบรมสั่งสอนของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลในหลายระดับด้วยกัน นอกจากนั้นกลุ่มที่มีความสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งคือ “สื่อมวลชน” ซึ่งมีมากมายหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่ม
อิทธิพลยิ่งต่อการกำหนดหรือปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของบุคคลและการตัดสินใจเลือกในแต่ละเรื่องอย่าง
ไม่รู้ตัว

2.1.4.2.2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวประกอบด้วยบิดามารดา และพี่น้อง
ซึ่งถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความเห็น ค่านิยม ตลอดจนบุคลิกภาพของบุคคล
นพมาศ อุ้งพระ (2546) ได้กล่าวว่าแม่พรอยด์จะเป็นนักทฤษฎีคนแรกที่เห็นว่า บิดามารดามีอิทธิพลต่อ
การก่อตัวของบุคลิกภาพ แต่นักทฤษฎีเกือบทุกคนก็มีความเห็นด้วยในเรื่องนี้ แอ็ดเลอร์ได้มุ่งประเด็นอยู่ที่
ผลของการที่เด็กรู้สึกไม่มีใครต้องการหรือถูกปฏิเสธโดยพ่อแม่ ซึ่งการปฏิเสธของพ่อแมดังกล่าว สามารถ
ทำให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นใจทำให้คนคนนั้นมีความโกรธเคือง และมีปัญหาเรื่อง Self-esteem ส่วน
ฮอร์นเขียนจากประสบการณ์ของตัวเองว่า การขาดความอบอุ่นและความรัก อาจทำให้เด็กรู้สึกไม่มั่นใจ
และทำให้รู้สึกสิ้นหวังช่วยตัวเองไม่ได้ ส่วนฟรอมม์ก็กล่าวว่า ยิ่งเด็กเป็นอิสระจากความผูกพันกับพ่อแม่
ในขั้นปฐมภูมิ เด็กยิ่งจะมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น ส่วนAllport และ Cattel ซึ่งมีผลงานที่ให้ความสำคัญต่อ
บุคลิกภาพ ก็ยอมรับว่า พ่อแม่มีส่วนสร้างบุคลิกภาพของลูก แอลปอร์ตถือว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับ
ลูกเป็นที่มาของความรักและความรู้สึกมั่นคง ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงมีผลต่อพัฒนาการของบุคลิกภาพใน
ตอนหลังของคน ส่วน Erikson เชื่อว่า ความสัมพันธ์ในขบวนการแรกกับแม่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้าง
เจตคติที่ไว้ใจคน สำหรับ Maslow เขาเน้นว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่พ่อแม่ต้องตอบสนองความต้องการ
ทางกายภาพและความต้องการที่จะมีความปลอดภัยของเด็กในสองขวบแรกของชีวิต เพราะการตอบสนอง
ความต้องการในขั้นต้น จะทำให้ขั้นต่อไปพัฒนาด้วยดี

2.1.4.2.3. บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว
องค์กร และสถาบันต่าง ๆ ซึ่งบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่นในครอบครัว
เราอาจจะมีบทบาทเป็นพ่อ แม่ ลูก พี่ น้อง แต่ในสังคมเราอาจจะมีบทบาทเป็นครู ตำรวจ หรือ
นายกรัฐมนตรี เป็นต้น ทำให้ต้องมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบทบาทและสถานะของตน

2.1.5 ทฤษฎีด้านการกระทำ

คนเราแต่ละคนมีความถนัดไม่เหมือนกัน การได้ทำงาน หรือ ประกอบอาชีพที่ตนถนัด โอกาส
ที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานหรืออาชีพนั้นย่อมมีมาก ตรงข้ามถ้าได้ทำงานที่ตนเองไม่ถนัด
นอกจากจะทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรแล้ว ยังทำให้ขาดความสุข ความถนัดส่วนตัว เป็นสิ่งที่จะต้องค้นหาให้พบ
ในตนเอง โดยจะต้องพิจารณาอย่างถ่องแท้ไม่ใช่พิจารณาโดยผิวเผินจากความชอบ ความสนใจเพียงอย่าง
เดียว คนบางคนมีความชอบมีความสนใจ แต่อาจจะไม่มีความถนัดก็เป็นได้ ความถนัดจึงเป็น
ความสามารถในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ดีเป็นพิเศษ เช่น ความถนัดทางตัวเลข ความถนัดในการพูด การใช้
ภาษา ความถนัดในการแสดง ถึงแม้ว่า การทำงานใด ๆ ย่อมต้องอาศัย การฝึกฝน การมีความรู้เบื้องต้น แต่
ความถนัดก็ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการทำงานให้ดีในการที่ทำงาน นั้น ๆ อีกด้วย

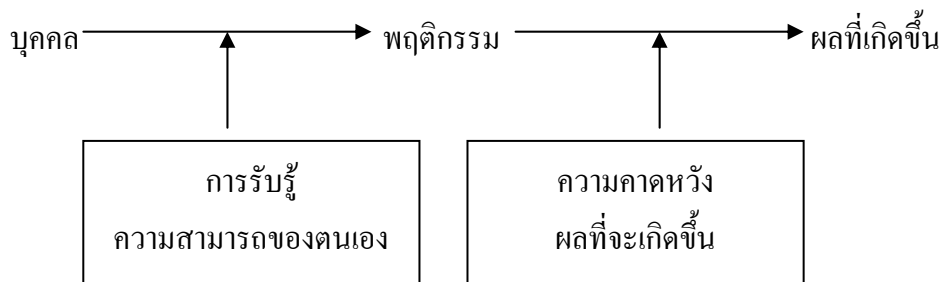
ดังนั้น ความถนัด หมายถึง การมีความชำนาญเป็นพิเศษในการทำบางสิ่งบางอย่างหรือเป็นความสามารถในการเรียนรู้บางอย่าง หรือความสามารถเฉพาะอย่างของบุคคล

ความสามารถ หมายถึง การมีความรู้หรือทักษะในการทำงานบางอย่าง หรือเป็นสมรรถภาพของบุคคลที่จะทำงานต่าง ๆ ได้ตามที่ได้รับมอบหมาย (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548)

2.1.5.1 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura อังใน (ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์, ม.ป.ป.) เสนอแนวคิดของความคาดหวังความสามารถของตนเอง โดยให้ความหมายว่า เป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตนในลักษณะที่เฉพาะเจาะจงและความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม

Bandura มีความเชื่อว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น มีผลต่อการกระทำของบุคคล บุคคล 2 คน อาจมีความสามารถไม่ต่างกัน แต่อาจแสดงออกในคุณภาพที่แตกต่างกันได้ ถ้าพบว่าคน 2 คนนี้มีการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน ในคนคนเดียวก็เช่นกัน ถ้ารับรู้ความสามารถของตนเองในแต่ละสภาพการณ์แตกต่างกัน ก็อาจจะแสดงพฤติกรรมออกมาได้แตกต่างกันเช่นกัน ซึ่งความสามารถของคนเรานั้นไม่ตายตัวหากแต่ยืดหยุ่นตามสภาพการณ์ ดังนั้นสิ่งที่จะกำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออก จึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของตนเองในสภาพการณ์นั้น ๆ นั่นคือ ถ้าเรามีความเชื่อว่าเรามีความสามารถเราก็จะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา คนที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถจะมีความอดทน อุตสาหะ ไม่ท้อถอยง่าย และจะประสบความสำเร็จในที่สุด มักมีคำถามว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นเกี่ยวข้องกับหรือแตกต่างอย่างไรกับความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เข้าใจและชัดเจน Bandura ได้เสนอภาพแสดงความแตกต่างระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น ดังภาพ



ภาพที่ 2.4 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น

ที่มา : (Bandura, 1977 อังใน ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์, ม.ป.ป.)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานได้ในระดับใด ในขณะที่ความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นนั้นเป็นการตัดสินใจว่าผลกรรมใดจะเกิดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว อย่างเช่นที่นักกีฬาที่มีความเชื่อว่าเขากระโดดได้สูงถึง 6 ฟุต ความ

เชื่อดังกล่าวเป็นการตัดสินความสามารถของตนเอง การได้รับการยอมรับจากสังคม การได้รับรางวัล ความพึงพอใจในตนเองที่กระโดดได้สูงถึง 6 ฟุต เป็นความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น แต่จะต้องระวังความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความหมายของคำว่าผลที่เกิดขึ้นผลที่เกิดขึ้นในที่นี้จะหมายถึงผลกรรมของการกระทำพฤติกรรมเท่านั้น มิได้หมายถึงผลที่แสดงถึงการกระทำพฤติกรรม เพราะว่าผลที่แสดงถึงการกระทำพฤติกรรมนั้นจะพิจารณาว่าพฤติกรรมนั้นสามารถทำได้ตามการตัดสินความสามารถของตนเองหรือไม่ นั่นคือจะกระโดดได้สูงถึง 6 ฟุตหรือไม่ ซึ่งการจะกระโดดได้สูงถึง 6 ฟุตหรือไม่นั้น มิใช่เป็นการคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งมุ่งที่ผลกรรมที่จะได้จากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์กันมาก โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองนี้มีผลต่อการตัดสินใจ ที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งจะเห็นได้จากภาพความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นดังกล่าวแน่นอน แต่ถ้ามีเพียงด้านใดสูงหรือต่ำ บุคคลนั้นมีแนวโน้มจะไม่แสดงพฤติกรรม และสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นดังภาพต่อไปนี้

		ความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น	
		สูง	ต่ำ
การรับรู้ ความสามารถ ของตนเอง	สูง	มีแนวโน้มที่จะทำ แน่นอน	มีแนวโน้มที่จะทำ ไม่ทำ
	ต่ำ	มีแนวโน้มที่จะทำ ไม่ทำ	มีแนวโน้มที่จะทำ ไม่ทำแน่นอน

ภาพที่ 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น
ที่มา : (Bandura, 1977 อ้างใน ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์, ม.ป.ป.)

ในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น Bandura เสนอว่ามีอยู่ด้วยกัน 4 วิธีคือ (Evans, 1989 อ้างใน ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์, ม.ป.ป.)

1. ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่ง Bandura เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเอง เนื่องจากว่าเป็นประสบการณ์โดยตรงความสำเร็จทำให้เพิ่มความสามารถของตนเอง บุคคลจะเชื่อว่าเขาสามารถที่จะทำได้ ดังนั้น ในการที่จะพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นจำเป็นที่จะต้องฝึกให้เขามีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จได้พร้อม ๆ กับการทำให้เขารับรู้ว่าเขามีความสามารถจะกระทำเช่นนั้น จะทำให้เขาใช้ทักษะที่ได้รับ

การฝึกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด บุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถนั้นจะไม่ยอมแพ้อะไรง่าย ๆ แต่จะพยายามทำงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ

2. โดยการใช้ตัวแบบ การที่ได้สังเกตเห็นตัวแบบแสดงพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน และได้รับผลกรรมที่พึงพอใจก็จะทำให้ผู้ที่สังเกตเห็นความรู้สึกว่าเขาจะสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้าเขาพยายามจริงและไม่ย่อท้อลักษณะของการใช้ตัวแบบที่ส่งผลต่อความรู้สึกว่าเขามีความสามารถที่จะทำได้นั้น ได้แก่ การแก้ปัญหาของบุคคลที่มีความกลัวต่อสิ่งต่าง ๆ โดยที่ให้คุณตัวแบบที่มีลักษณะคล้ายกับตนเองก็สามารถทำให้ลดความกลัวต่าง ๆ เหล่านั้นได้

3. การใช้คำพูดชักจูง เป็นการบอกว่าบุคคลนั้นมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ วิธีการดังกล่าวนี้ค่อนข้างง่ายและใช้กันทั่วไปซึ่ง Bandura ได้กล่าวว่า การใช้คำพูดชักจูงนั้นไม่ค่อยจะได้ผลนักในการที่จะทำให้คนเราสามารถที่พัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Evans, 1989) อังโน ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์) ซึ่งถ้าจะให้ได้ดี ควรจะใช้ร่วมกับการทำให้บุคคลมีประสบการณ์ของความสำเร็จ ซึ่งอาจจะต้องค่อย ๆ สร้างความสามารถให้กับบุคคลอย่างค่อยเป็นค่อยไปและให้เกิดความสำเร็จตามลำดับขั้นตอน พร้อมทั้งการใช้คำพูดชักจูงร่วมกันก็ย่อมที่จะได้ผลดีในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตน

4. การกระตุ้นทางอารมณ์ การกระตุ้นทางอารมณ์มีผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในสภาพที่ถูกข่มขู่ ในการตัดสินใจถึงความวิตกกังวล และความเครียดของคนเรานั้นบางส่วนจะขึ้นอยู่กับกระตุ้นทางสรีระ การกระตุ้นที่รุนแรงทำให้การกระทำไม่ค่อยได้ผลดี บุคคลจะคาดหวังความสำเร็จเมื่อเขาไม่ได้อยู่ในสภาพการณ์ที่กระตุ้นด้วยสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ความกลัวก็จะกระตุ้นให้เกิดความกลัวมากขึ้น บุคคลก็จะเกิดประสบการณ์ของความล้มเหลว อันจะทำให้การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถของตนต่ำลง

2.1.5.2 ทฤษฎีการเรียนรู้

เมื่อกล่าวถึงเรื่องการเรียนรู้ ก็จะนึกไปถึงเรื่องพฤติกรรมเพราะการเรียนรู้จะส่งผลให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ทั้งพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกหรือที่เรียกกันว่าพฤติกรรมเปิดเผย เช่น พฤติกรรมบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปหลังเข้ารับการศึกษาอบรม เป็นต้น และพฤติกรรมที่เรียนรู้และเก็บไว้เป็นความรู้สึกในใจซึ่งเรียกว่า พฤติกรรมซ่อนเร้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีในจิตใจบุคคลก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมเปิดเผย อาทิ บุคคลทราบว่าการขาดงานบ่อยจะเป็นเหตุทำให้ได้รับการลงโทษ อาจจะโดยการตักเตือนด้วยวาจา หรือถูกดำเนินการทางวินัย จากการเรียนรู้ทำให้เกิดพฤติกรรมซ่อนเร้นที่ทราบถึงเหตุและผลของการกระทำคือ เหตุขาดงานจะทำให้เกิดผลคือถูกลงโทษ ดังนั้นบุคคลจึงมีพฤติกรรมเปิดเผยในลักษณะงดเว้นการกระทำคือไม่ขาดงาน

ประเด็นสำคัญของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวข้างต้นนั้นจะสังเกตเห็นได้ว่าเนื่องมาจากการตั้งใจ ฝึกฝน อบรมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในจิตใจแล้วจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยไม่มีสาเหตุหรือเกิดขึ้นโดยบังเอิญ หรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่

เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือพฤติกรรมสะท้อนตอบ นอกจากนั้นพฤติกรรมเรียนรู้อันเกิดจากการฝึกฝนอบรมด้วยความตั้งใจจะเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะค่อนข้างถาวรที่ตัดตัวบุคคลผู้นั้น อาทิ เมื่อผ่านการฝึกวิธีการแก้ปัญหา บุคคลก็จะมีความรู้และทักษะในการแก้ปัญหา แต่ความรู้และทักษะที่ทำให้เกิดพฤติกรรมแก้ไข ปัญหาไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นโดยทันที และบุคคลจะสร้างพฤติกรรมเพื่อแก้ปัญหามาตามเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสม

ดังนั้นการเรียนรู้ หมายถึง เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ ความโน้มเอียงของพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการสังเกตและประสบการณ์ที่ผ่านมา หลังจากบุคคลได้รับการกระตุ้นโดยการรับรู้ถึงตัวกระตุ้นนั้น นั่นคือบุคคลได้เข้าไปสู่การเรียนรู้แล้ว (Kotler and Armstomg, 1999 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543)

การแสวงหาความรู้ ธุรกิจจะได้รับข้อมูลสารสนเทศโดยวิธีการที่หลากหลายบางครั้งข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญจำนวนมากจะเกิดจากแหล่งข้อมูลภายนอก ในช่วงแนะนำธุรกิจอาจจะต้องมีการเลียนแบบโดยเชื่อในความสำเร็จที่เกิดจากบุคคลอื่น เมื่อธุรกิจเจริญเติบโตเต็มที่ธุรกิจจะต้องมีการแสวงหาความรู้จากประสบการณ์และค้นหาที่มีระบบ

การเลียนแบบ หมายถึง การลอกเลียนแนวทางปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จของบุคคลอื่น หรือการเลียนแบบความสำเร็จของบุคคลอื่น (Schermerhorn, Hunt and Osborn, 2003 อ้างใน รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548) ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ 1) เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจ เพราะสามารถช่วยทำให้การทำงานไม่เป็นอุดมคติ และมีการแก้ปัญหาหลายประการด้วย 2) ลดจำนวนการตัดสินใจเพื่อให้เกิดการวิเคราะห์อย่างเป็นอิสระและช่วยผู้บริหารให้มุ่งความสำคัญเฉพาะประเด็นที่สำคัญ 3) เป็นไปตามกฎหมายและได้รับการยอมรับจากพนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิตและลูกค้า

ประสบการณ์ คือการเรียนรู้จากการปฏิบัติ จะต้องมีการลงมือดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากความล้มเหลวและความสำเร็จ ซึ่งการเรียนรู้จากประสบการณ์ของบุคคลอื่น เป็นส่วนประกอบของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสามารถในการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่โดยการสังเกตจากบุคคลอื่น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

D.A. Luzzo (1993) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพเพื่อทำนายทัศนคติและทักษะในการตัดสินใจเลือกอาชีพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถ ทัศนคติ และทักษะ ในการตัดสินใจเลือกอาชีพ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดการรับรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพ และแบบวัดวุฒิภาวะทางอาชีพ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพมีความสัมพันธ์กับทักษะในการตัดสินใจเลือกอาชีพ และการรับรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพและ

อายุสามารถทำนายทัศนคติในการตัดสินใจเลือกอาชีพได้ ส่วนทักษะในการตัดสินใจเลือกอาชีพนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกเป็นผู้ประกอบการ

Gibb and Ritchie (1982) ได้ทำการศึกษาการสร้างความเข้าใจในกระบวนการเริ่มต้นทำธุรกิจขนาดย่อม จากการศึกษาพบว่า การเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจสถานการณ์ที่ประสบหรือที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงของเวลาการเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มของสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่อบุคคลแต่ละคนด้วย และการเป็นผู้ประกอบการส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์เป็นตัวช่วยเป็นแรงผลักดัน โดยที่แต่ละบุคคลจะต้องอาศัยการจัดการสภาพแวดล้อมของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันจะช่วยเพิ่มพูนทักษะในการทำงานให้กับบุคคลนั้น ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการศึกษาของ Chell (1986) เป็นการพัฒนารูปแบบของ Gibb and Ritchie โดยให้ความสำคัญอย่างเป็นระบบ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของการเป็นผู้ประกอบการเป็นผลกระทบจากพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นด้วยเหตุนี้จึงเกิดเป็นการเจริญเติบโตของแต่ละธุรกิจที่เกิดขึ้น

A. Jacobowitz และ D. Vidler (1982) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมาจากครอบครัวที่บิดามารดาหรือญาติใกล้ชิดประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือเป็นผู้ประกอบการส่วนผู้ที่ประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือเป็นผู้ประกอบการกิจการของตนเองนั้นมักจะเป็นบุคคลที่มีลักษณะค่อนข้าง ก้าวร้าว ขยันหมั่นเพียร ชอบการแข่งขัน วางเป้าหมายในลักษณะท้าทายแต่สามารถทำได้จริงมีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น รักความเป็นอิสระ และการพึ่งตนเอง

Bliar (1997) ศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายโอนการเรียนรู้ทักษะที่จากการฝึกอบรมเพื่อใช้ในการทำงาน พบว่า พนักงานที่ได้รับโอกาสในการทดลองทำงาน จะมีผลต่อการถ่ายโอนการเรียนรู้หลังการฝึกอบรม และพนักงานที่ได้รับแรงสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานตลอดเวลาที่ฝึกอบรมจะปฏิบัติงานดี และสามารถทำงานยากได้มากกว่าพนักงานที่ขาดความสนับสนุนจากหัวหน้างาน นอกจากนี้แล้วยังพบว่า พนักงานที่มีความเชื่อในสมรรถภาพของตนสูง มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานสูงขึ้นด้วย เนื่องจากมีประสบการณ์จากการฝึกอบรมทำให้ขณะทำงานจริงมีความเชื่อในประสิทธิภาพของตนสูง ส่งผลทำให้การปฏิบัติงานสูงขึ้น

Hannu Littunen (2000) ได้ทำการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการและคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่นำไปสู่ความสำเร็จและตำแหน่งของการควบคุมตนเอง กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการ จำนวน 123 คน ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแต่ละช่วงของการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย 5 ปี ตั้งแต่ปี 1992 – 1996

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะมีบุคลิกภาพทางด้านของความรู้ในงานและด้านการเป็นผู้นำสูงขึ้น ส่วนตำแหน่งการควบคุมจากภายนอกลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ รวมถึงการสั่งสมประสบการณ์มากขึ้น และความเป็นอิสระทางด้านการคิด การกระทำมากขึ้น จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 ปัจจัยสูงขึ้นในช่วงปีสุดท้ายของการศึกษาวิจัย และส่วนหนึ่งความร่วมมือทางเศรษฐกิจมีส่วนช่วยสร้างแรงจูงใจไปสู่ความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการ แต่ไม่ได้มีส่วนในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

อัจฉรา สุขารมณ์ (2536) ได้ทำการศึกษาวิจัย องค์กรประกอบทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรี จากการศึกษพบว่า คณะที่เรียน และรายได้ของบิดามารดา มีความสัมพันธ์กับกลุ่มอาชีพการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรี โดยที่ เพศ อาชีพของบิดา มารดา การศึกษาของบิดามารดา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนอกหลักสูตร ไม่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มอาชีพ การเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรประกอบทางจิตวิทยาของนิสิตระดับปริญญาตรีพบว่าบุคลิกภาพทางอาชีพ ค่านิยมในอาชีพ และบุคลิกภาพ ต่างมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในทางบวก ส่วนแรงจูงใจในการเลือกอาชีพ มีความสัมพันธ์ทางลบกับบุคลิกภาพทางอาชีพและองค์กรประกอบทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรีพบว่าแรงจูงใจในการเลือกอาชีพและบุคลิกภาพ มีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อการจำแนกกลุ่มอาชีพการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรี ส่วนบุคลิกภาพทางอาชีพ และค่านิยมในอาชีพไม่พบว่า สามารถจำแนกกลุ่มอาชีพการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรีได้

ชลเย็น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัย คุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ 112 คน จำแนกเป็นธุรกิจการผลิต 33 คน ธุรกิจการจัดจำหน่าย 35 คน และธุรกิจการบริการ 44 คน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่ายและการบริการ ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านสอดคล้องกัน โดยมีความสำคัญจากมากไปหาน้อยดังนี้

1. ความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ
2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
3. ความเป็นผู้นำ
4. ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์
5. ความคิดสร้างสรรค์
6. ความเชื่อมั่นในตัวเอง

ซึ่งธุรกิจแต่ละประเภทและประเภทของการเลี้ยงดูไม่ว่าจะเป็นแบบประชาธิปไตย แบบควบคุม และแบบปล่อยปละละเลย จะมีคุณลักษณะทั้ง 6 ประการไม่แตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าจากงานวิจัย

ผู้ประกอบการที่มีเชื้อชาติแตกต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างกันในด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ผู้ประกอบการเชื้อสายจีนมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าผู้ประกอบการเชื้อสายไทย ส่วนลักษณะทางประชากรด้านอื่นกลับไม่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างกันผู้ประกอบการที่มีระดับกับศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ประกอบการที่เริ่มทำงานครั้งแรกในองค์กรฐานะเป็นหุ้นส่วน จะมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจสูงกว่า ผู้ประกอบการที่ทำงานครั้งแรกในองค์กรฐานะเป็นพนักงาน อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการมีการอ่านหนังสือและวารสารทางธุรกิจและการลงทุนต่างๆ รวมถึงมีการอบรม มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปจะสามารถที่จะมองเห็นโอกาสทางธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ให้ความสนใจเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สุกรี แก้วมณี (2539) ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจระดับอนุปริญญา คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม ในปีการศึกษา 2538 เฉพาะนักศึกษาในโครงการการศึกษาเพื่อบุคลากรประจำการ (กศ.บป.) 6 หมู่เรียน จำนวน 240 คน จากผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความต้องการผลตอบแทนสูงมากที่สุด รองลงมา คือ ความกล้าเสี่ยง การพึ่งพาตนเอง และลักษณะที่ปรากฏน้อยที่สุด คือความพร้อมที่จะทำงานหนัก และเป็นที่น่าสังเกตว่านักศึกษาคาดความมั่นใจในเรื่องของการมองโอกาสทางธุรกิจ คือขาดความมั่นใจในระดับที่จะตัดสินใจได้ว่า จะทำธุรกิจอะไรจึงประสบความสำเร็จ จึงทำให้ความกล้าเสี่ยงและความมั่นใจลดลง ตัวแปรอิสระที่ทำให้ค่าเฉลี่ยของการตอบแบบประมาณค่ามีความแตกต่างกัน คือ อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ย อาชีพของบิดาของผู้ตอบแบบสอบถามและจำนวนรายวิชาที่เรียนอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับการประกอบการ ส่วน เพศ อายุ และระดับการศึกษาในการเรียนรายวิชาเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจไม่ได้ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง อาชีพของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยการแสดงลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถามสูงมากกว่าตัวแปรอิสระการวิจัยครั้งนี้มีข้อสรุปว่าการศึกษาอย่างเป็นทางการเท่าที่เป็นมามีบทบาทน้อยในการเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้ประกอบการดังกล่าว ดังนั้นหากเป็นที่ยอมรับว่าธุรกิจขาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นต้องมีการปรับปรุงการเรียนการสอนเพื่อที่จะสามารถสร้างลักษณะความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วชิร โอภิษากร (2541) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกประกอบอาชีพอิสระและการรับรู้ถึงประสิทธิภาพแห่งตนต่อการประกอบอาชีพอิสระของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จากการศึกษาพบว่า การเข้าสู่อาชีพอิสระของบุคคลเกิดจากความตั้งใจใน

การเลือกประกอบอาชีพอิสระ การรับรู้ประสิทธิภาพแห่งตนต่อการประกอบอาชีพอิสระ หรือความมั่นใจว่าตนมีความสามารถเพียงพอที่จะดำเนินการได้ และได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว หรือจากเจ้าของสถานประกอบการที่บุคคลนั้นเคยเป็นลูกจ้างในสถานประกอบการนั้นมาก่อนสภาพแวดล้อมในครอบครัว และสภาพแวดล้อมในสถานศึกษามีอิทธิพลโดยตรงในการสร้างเสริมการรับรู้ของนักเรียนอันจะก่อให้เกิดการเลือกที่จะประกอบอาชีพอิสระ ส่วนในการเลือกกิจการที่จะเข้าสู่การประกอบอาชีพอิสระนั้นมาจากอาชีพเดิมของครอบครัวและตามความต้องการของตนเอง ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพอิสระนั้นผู้เข้าสู่อาชีพโดยการทำกิจการของครอบครัวนั้นไม่พบปัญหาและอุปสรรค เพราะเหตุว่าได้ช่วยครอบครัวมาหลายปีจนรู้สึกเป็นกิจวัตร ประกอบกับกิจการมั่นคงแล้วจึงไม่พบปัญหาสำหรับผู้ที่เริ่มต้นอาชีพด้วยตนเอง พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคที่ต้องแก้ไขอยู่มากกว่าเริ่มดำเนินการจากกิจการของครอบครัว และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นของกิจการ ได้แก่ ทุนดำเนินการ ความกลัวจะล้มเหลว และปัญหาการหาลูกจ้างช่วยงาน

เพ็ญแข แสงแก้ว (2542) ได้ทำการศึกษา การประกอบอาชีพส่วนตัวของบัณฑิตสาขา สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า บัณฑิตชายประกอบอาชีพส่วนตัวมากกว่าหญิง และมีอายุอยู่ระหว่าง 25- 30 ปี โดยที่บัณฑิตที่มีสถานะภาพสมรสแล้วจะประกอบอาชีพส่วนตัวมากกว่าบัณฑิตที่มีสถานโสด และการเลือกประกอบอาชีพของบัณฑิตขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางครอบครัว เช่น ระดับการศึกษาของมารดา และสัดส่วนของจำนวนพี่น้องที่ประกอบอาชีพส่วนตัว บัณฑิตที่เริ่มทำงานครั้งแรกจะเลือกที่จะทำงานในหน่วยงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ทำงานบริษัทเอกชนมาแล้วจะเปลี่ยนมาประกอบอาชีพส่วนตัวมีเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 52.3 ซึ่งสาเหตุของการเปลี่ยนมาประกอบอาชีพส่วนตัวนี้ สาเหตุส่วนใหญ่ คือในเรื่องของรายได้สูงกว่าอาชีพเดิม โดยต้องการทำกิจการประเภทค้าขายมากที่สุด แต่เหตุผลที่ยังไม่สามารถเปลี่ยนไปประกอบอาชีพส่วนตัวได้ เนื่องจากไม่มีเงินทุนเพียงพอ บัณฑิตส่วนใหญ่เห็นว่าความรู้ที่เรียนในระดับปริญญาตรีสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานได้ไม่มากนัก นอกจากนี้ยังพบว่า บัณฑิตที่ประกอบอาชีพส่วนตัวส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จพอสมควร โดยจะประสบความสำเร็จหลังจากที่ได้ทำอาชีพส่วนตัวมาเป็นเวลานาน 2-3 ปี และเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การมีตลาดรองรับ สำหรับปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการประกอบอาชีพส่วนตัว ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร ซึ่งบัณฑิตที่ประกอบอาชีพส่วนตัวต้องการความช่วยเหลือในด้านแรงงานและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจที่กำลังทำอยู่

วรานิ เวสสุนทรเทพ (2542) ได้ทำการศึกษาวิจัย ความต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ของพนักงานตงงานจาก 56 สถาบันการเงิน กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ พนักงานตงงานจากสถาบันการเงิน 56 แห่ง จำนวน 550 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม จำนวน 550 ชุด จากการศึกษาพบว่า พนักงานตงงานจาก 56 สถาบันการเงิน จากจำนวน 550 คน มีความต้องการ

เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 336 คน หรือร้อยละ 65.12 พนักงานดกงานจาก 56 สถาบันการเงิน ที่สำเร็จการศึกษาในวิชาชีพเฉพาะ คือ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป เศรษฐศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และนิเทศศาสตร์ ร้อยละ 50.13 มีความสนใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภท ค้าขาย (การเปิดร้านอาหาร ขายของชำ ขายเสื้อผ้า ขายผลไม้ ขายต้นไม้ ธุรกิจเปิดท้ายขายของ) ร้อยละ 66.58 พนักงานดกงานฯ ที่เคยปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่สนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อมร้อยละ 64.30 และในภาพรวมพนักงานดกงานฯ ที่เคยดำรงตำแหน่งต่างๆ ได้แก่ ตำแหน่งบริหาร เจ้าหน้าที่อาวุโส เจ้าหน้าที่และอื่นๆ ซึ่งสนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประเภทค้าขาย (การเปิดร้านอาหาร ขายของชำ ขายเสื้อผ้า ขายผลไม้ ขายต้นไม้ ธุรกิจเปิดท้ายขายของ) ร้อยละ 71.43 พนักงานดกงานฯ ที่เคยปฏิบัติงานในแผนก/ฝ่ายการเงิน/บัญชี สนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อม ร้อยละ 54.74 และในภาพรวม คือ พนักงานดกงานฯ ที่เคยจะปฏิบัติงานในแผนก/ฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายกฎหมายและบุคคล ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ และอื่นๆ ซึ่งสนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประเภทค้าขาย (การเปิดร้านอาหาร ขายของชำ ขายเสื้อผ้า ขายผลไม้ ขายต้นไม้ ธุรกิจเปิดท้ายขายของ) ร้อยละ 66.84 4. ปัจจัยสำคัญที่พนักงานดกงานฯ ต้องการ ให้หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนให้การสนับสนุนมากที่สุด คือ การหาทำเลที่ตั้ง ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ร้อยละ 46.30 รองลงมา คือ การสนับสนุนด้านเงินทุน ร้อยละ 42.48 ประเภทธุรกิจขนาดย่อมที่พนักงานดกงานฯ ต้องการประกอบการมากที่สุด คือ การค้าขาย (การเปิดร้านอาหาร ขายของชำ ขายเสื้อผ้า ขายผลไม้ ขายต้นไม้ ธุรกิจเปิดท้ายขายของ) ร้อยละ 66.58

อรนุช ชูริสังข์ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัย อิทธิพลของปัจจัยทางครอบครัวและการอบรมเลี้ยงดูที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2542 ของโรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน จำนวน 400 คน จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชายและหญิงมีคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกอาชีพไม่แตกต่างกัน นักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้สูง มีคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกอาชีพสูงที่สุดและสูงกว่านักเรียน ที่ครอบครัวมีรายได้ปานกลางและต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่บิดามีการศึกษาสูง มีคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกอาชีพสูงที่สุดและสูงกว่านักเรียนที่บิดามีการศึกษานานกลางและต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่มารดาการศึกษาสูง มีคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกอาชีพสูงที่สุด และสูงกว่านักเรียน ที่มารดาการศึกษาปานกลางและต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยมีคะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกอาชีพสูงที่สุดและสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบควบคุมแบบให้ความคุ้มครอง และแบบปล่อยปละละเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศ รายได้ของครอบครัว การศึกษาของบิดา การศึกษาของ มารดา และการอบรมเลี้ยงดูที่มีต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพ พบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาของมารดา กับการอบรมเลี้ยงดูเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มนตรี จุริโหมไทย (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย รูปแบบการบริหารและการจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการ SMEs ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าร่วมฟังสัมมนา จำนวน 384 คน ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า การใช้บริการจากสถาบันพัฒนา SMEs ประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน เช่น การให้บริการในด้านต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารมีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการจากสถาบันพัฒนา SMEs นั้นเกิดจากการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือหรือการใช้สื่อที่ผู้ประกอบการคาดหวัง ประกอบกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการและความน่าเชื่อถือของสถาบันนั้น ๆ อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องของการเงิน / บัญชีและปัญหาด้านการตลาดการแข่งขันในระดับสูง ส่วนปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร นั้น ผู้ประกอบการต้องติดต่อหน่วยงานหลายแห่งเพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามความต้องการ และจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการคือขาดความรู้และข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ มากกว่าจะเป็นปัญหาทางการเงิน ส่วนในเรื่องของแนวทางหรือรูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ร้อยละ 84.1 ต้องการให้มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการ SMEs แบบครบวงจร (One Stop Service) รวมอยู่ที่หน่วยงานเดียว มีบริการผ่านโทรศัพท์ (Call Center) ติดต่อได้ทุกเรื่อง

มณฑกานต์ เมฆรา (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 360 คน จากการศึกษาพบว่าทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($r = 0.36$) โดยที่บรรทัดฐานทางสังคมมีผลที่จะทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($r = 0.44$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลักษณะของสังคมไทย พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง เป็นพื้นฐานในการปลูกฝังและขัดเกลาพฤติกรรมต่าง ๆ ทางด้านค่านิยม ความเชื่อ และการตัดสินใจ อันมีผลที่จะก่อให้เกิดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องว่าตนเองมีความสามารถที่จะเป็นผู้ประกอบการได้จะมีความกล้าในการที่จะประกอบการธุรกิจของตนเองและมีความมุ่งมั่น อดทน ความมุมานะพยายามแต่หลังจากที่นำมาวิเคราะห์หาคัดลอกแบบเชิงชั้นเพื่อพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแล้วบรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้สมรรถภาพของตนเองมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุด ส่วนเรื่องของทัศนคติไม่สามารถที่จะทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้

สุภาภรณ์ ขาวสวย (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 303 ราย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า กว่าร้อยละ 53.5 ของผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความไม่แน่ใจต่อการเป็นผู้ประกอบการและกว่าร้อยละ 50.5 ไม่แน่ใจว่าจะออกไปประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการหลังสำเร็จการศึกษา ให้เหตุผลว่าตนเองขาดประสบการณ์มากที่สุด และเห็นว่าอาชีพที่น่าสนใจมากที่สุด คือทำงานบริษัท โดยทราบว่า การประกอบธุรกิจขนาดย่อมช่วยแก้ปัญหาการว่างงานได้เป็นอันดับแรก จากงานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสุดท้ายที่จะทำถ้าไม่มีงานทำ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 13.2 ที่สนใจจะออกเป็นผู้ประกอบการมีเหตุผลว่าผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระไม่ต้องการเป็นลูกจ้างใคร และครอบครัว ญาติ และกลุ่มเพื่อนจะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีความอดทนต่อความยากลำบากมากกว่าเป็นลูกจ้าง

สาธิต สินสาธิตชัย (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 และปริญญาโทจาก 7 คณะ คือ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะเศรษฐศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยส่วนใหญ่มีกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และมีความคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการหลังจากจบการศึกษา 5 ปี ธุรกิจที่สนใจคือ ธุรกิจบริการ การนำเข้าส่งออก และมีแรงจูงใจที่สำคัญ คือ ต้องการเป็นนายของตนเอง ต้องการแสวงหาความสำเร็จในชีวิต และให้ผลตอบแทนสูง ส่วนสาเหตุที่ไม่สนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ คือ ความชำนาญที่ไม่เหมาะสม ประสบการณ์ที่ยังไม่เพียงพอ และขาดแคลนเงินทุน

หุติระ ระบอบ (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตทางด้านบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยธุรกิจบัณฑิต จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนตัว ปัจจัยครอบครัวและปัจจัยด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับการประกอบอาชีพอิสระที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเหตุผลที่บัณฑิตประกอบอาชีพอิสระคือ ต้องการมีประสบการณ์ทางธุรกิจ และสามารถนำความรู้จากการศึกษาไปใช้ในการประกอบอาชีพ โดยที่บัณฑิตเลือกที่จะประกอบอาชีพค้าขาย ผู้ผลิตและจำหน่าย และบริการตามลำดับ ส่วนเนื้อหาวิชาในหลักสูตรที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้คือ ศึกษาจากกรณีศึกษาจริง แนวทางที่เหมาะสมมากที่สุดในการส่งเสริมให้บัณฑิตประกอบอาชีพอิสระคือ การปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมประกอบอาชีพอิสระ

ณัฐยา ผดุงถิ่น (2548) การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้พื้นที่และบริการจากนิคมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs จากศูนย์บ่มเพาะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการ SMEs จากศูนย์บ่มเพาะทั่วประเทศจำนวน 800 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา

พบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 70.3 ต้องการเข้ามาตั้งสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ที่ต้องการ 3 อันดับแรก ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง นิคมอุตสาหกรรมบางพลี และนิคมอุตสาหกรรมบางชัน นอกจากนี้ยังมีความต้องการที่หลากหลาย เช่นพื้นที่ว่างสำหรับก่อสร้างสถานประกอบการเอง พื้นที่โรงงานระบบมาตรฐาน และพื้นที่สำนักงาน ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้พื้นที่และบริการจากนิคมอุตสาหกรรม คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การปลอดการชำระค่าเช่าระยะเวลาหนึ่ง ส่วนลดกรณีซื้อหรือเช่านาน ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเช่าหรือซื้อพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ปัจจัยด้านพื้นที่และบริการ ได้แก่ระบบสาธารณูปโภค ระบบสาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการ ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความคิดเห็น ของผู้ที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ คือ กลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษา ในพื้นที่เป้าหมายภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1.1 ศึกษาเอกสาร และการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ถึงแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ออกแบบการวิจัย และนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3.1.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยที่ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษา ในพื้นที่เป้าหมายภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ

3.2.4 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ของเครื่องมือ และปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ

3.2.5 ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ โดยการนำไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

3.2.6 ปรับปรุงเครื่องมือและออกแบบสอบถามเพื่อทดสอบกลุ่มตัวอย่าง

3.2.7 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์แปลผล และสรุปผลการศึกษาวิจัย

3.2.8 เสนอผลการศึกษาวิจัยต่อกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

3.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษาของสถานศึกษา ที่มีพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 7,346 คน ดังแสดงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

สถาบันการศึกษา	จำนวนประชากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	2,744
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	1,097
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	393
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	1,326
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ	248
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์	233
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	1,305
รวม	7,346

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยการเลือกพื้นที่ดังกล่าวเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ส่วนในการเลือกกลุ่มของผู้ที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มของนักศึกษา นั้นมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรดังนี้ (คณิต ไช่มุกด์, 2547)

$$n = \frac{z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \sigma^2 N}{d^2 (N - 1) + z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \sigma^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

d = ความคลาดเคลื่อนสูงสุดระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรกับค่าเฉลี่ยของ ตัวอย่างเท่ากับ 0.1

$z_{\frac{\alpha}{2}}$ = 1.96 (ระดับความเชื่อมั่น 95%)

σ^2 = ความแปรปรวนของตัวอย่าง = 1

ความแปรปรวนของตัวอย่าง ประมาณการจาก

$$\sigma = \frac{1}{4}(MAX - MIN)$$

$$\sigma = \frac{1}{4}(5-1)$$

$$\sigma^2 = 1$$

การคำนวณ

$$n = \frac{(1.96)^2(1)(7,346)}{(0.1)^2(7,346-1)+(1.96)^2(1)}$$

$$n = 365 \text{ คน}$$

สาเหตุที่ใช้สูตรดังกล่าวกำหนดขนาดของตัวอย่าง เนื่องจากใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการ (Cluster Random Sampling) (นราศรี ไวนิชกุล, ชุศักดิ์ อุดมศรี, 2548) และหาสัดส่วน (Proportional Random Sampling) แต่ละมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้สูตร ดังนี้

จำนวนตัวอย่างในแต่ละสถาบัน = $\frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละสถาบัน}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายของสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ ดังปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถาบันการศึกษา	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	2,744	142
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	1,097	57
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	393	20
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	1,326	69
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ	248	13
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์	233	12
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	1,305	68
รวม	7,346	380

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และจากการคำนวณ

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 ชุด ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มจำนวนร้อยละ 5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากขั้นตอนของการเก็บข้อมูล ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 380 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามสำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ คณะที่กำลังศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว อาชีพบิดาอาชีพมารดา และประสบการณ์ด้านการประกอบอาชีพส่วนตัวของผู้ตอบและผู้ที่อยู่แวดล้อมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ทักษะคิดที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยด้านบุคลิกภาพประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านจริยธรรมในการทำงาน (Work Ethic), ด้านความสำเร็จในงาน (Pursuit of Excellence), ด้านความรู้ในงาน (Mastery), ด้านความเป็นผู้นำ (Dominance), การมองหาโอกาส (Chance), การควบคุมตนเองภายใน (Internal), การชอบเป็นผู้ได้บังคับบัญชา (Powerful of Others) จำนวน 48 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment factors) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการกระทำ (Action factors) จำนวน 21 ข้อ

จากส่วนที่ 2 ถึง ส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed form) โดยอาศัยเครื่องมือการวัดเจตคติ หรือเรียกว่ามาตรการวัดเจตคติ (Attitude scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยการกำหนดให้คะแนนใช้เกณฑ์ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ให้คะแนนช่วงความรู้สึกเท่า ๆ กันเป็น 5 ช่วงแบบต่อเนื่อง และเกณฑ์การให้คะแนนของแต่ละคำตอบขึ้นอยู่กับประเภทของคำถาม

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเป็น / ไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย คือ แนวความคิดในการตัดสินใจเป็น/ไม่เป็นผู้ประกอบการ, เหตุผลที่ไม่เลือกเป็นผู้ประกอบการ, อาชีพที่สนใจนอกเหนือจากการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และข้อเสนอแนะ

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน

เครื่องมือการวัดเจตคติหรือเรียกว่ามาตรการวัดเจตคติ (Attitude Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยกำหนดการให้คะแนนใช้เกณฑ์ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ให้คะแนนช่วงความรู้สึกเท่า ๆ กัน เป็น 5 ช่วง (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546) ผู้วิจัยได้กำหนดดังต่อไปนี้

<u>ระดับทัศนคติ</u>	<u>ระดับคะแนน</u>
สูง	5
ค่อนข้างสูง	4
ปานกลาง	3
ค่อนข้างต่ำ	2
ต่ำ	1

การแปลผลแบบสอบถามทัศนคติ ได้แบ่ง เป็น 5 ระดับ คือ ระดับทัศนคติสูง ระดับทัศนคติค่อนข้างสูง ระดับทัศนคติปานกลาง ระดับทัศนคติค่อนข้างต่ำ และระดับทัศนคติต่ำ และสามารถจำแนกระดับของความคิดเห็น(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545) ได้ดังต่อไปนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>ระดับคะแนน</u>
เห็นด้วยมาก	5
เห็นด้วยค่อนข้างมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยค่อนข้างน้อย	2
เห็นด้วยน้อย	1

การแปลผลแบบสอบถามความคิดเห็นได้แบ่ง เป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมาก เห็นด้วยค่อนข้างมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยค่อนข้างน้อย และเห็นด้วยน้อย โดยมีเกณฑ์การพิจารณาทัศนคติ หรือความคิดเห็นจากการคำนวณอันตรภาคชั้น ดังนี้

สูตรการคำนวณหาอันตรภาคชั้น

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{จากการคำนวณได้อันตรภาคชั้น} = 0.80$$

จากเกณฑ์การพิจารณาดังกล่าวสามารถกำหนดระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

- คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในระดับมาก
- คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในระดับค่อนข้างมาก
- คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในระดับปานกลาง
- คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในระดับค่อนข้างน้อย
- คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในระดับน้อย

3.5 การทดสอบเครื่องมือ

เมื่อได้สร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเสร็จแล้วจะต้องนำไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1) การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านจากภาครัฐ 1 ท่าน (รองศาสตราจารย์ ดร. มงคล ดอนขวา) และภาคเอกชนจากบริษัทที่ปรึกษา (นายสุรศักดิ์ จันโทริ) เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือไม่ หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่ดำเนินการในขั้นต่อไป

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้อาศัยวิธีการทดสอบก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ของอัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Method) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากการทดสอบ ดังนี้

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัยที่ศึกษา	ผลการศึกษา	
	ข้อคำถาม	ค่า Alpha
แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก	15	0.795
แบบสอบถามปัจจัยด้านบุคลิกภาพ จำแนก 7 ด้านดังต่อไปนี้	48	0.872
- ด้านจริยธรรมในการทำงาน (Work Ethics)	8	0.765
- ด้านความสำเร็จในงาน (Pursuit of Excellence)	10	0.745
- ด้านความรู้ในงาน (Mastery)	5	0.746
- ด้านความเป็นผู้นำ (Dominance)	8	0.749
- ด้านการมองหาโอกาส (Change)	8	0.740
- ด้านการควบคุมตนเอง (Internal)	5	0.690
- ด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา (Powerful of other)	4	0.721
แบบสอบถามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	10	0.841
แบบสอบถามด้านการกระทำ	9	0.858

ที่มา: จากการสำรวจปี 2550 และจากการคำนวณ

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) จากแหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary data source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data source) ดังนี้

1) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เป้าหมาย รวมถึงทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น วิทยานิพนธ์ หนังสืออ้างอิง หนังสือทั่วไป รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ วารสาร จุลสาร และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่จัดเก็บโดยการสำรวจผู้ที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ คือกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษา ของสถานศึกษาในพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ จากกลุ่มตัวอย่าง 380 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการ (Cluster Random Sampling) และหาสัดส่วน (Proportional Random Sampling) แต่ละมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อาศัยเทคนิควิจัยเชิงการสำรวจ ใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรในพื้นที่ดังกล่าว

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยจะใช้วิธีวิเคราะห์โดย ค่าความถี่ ค่าอัตราส่วนร้อยละ ซึ่งจะใช้ในการบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระและวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกโดยใช้การวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ (Discriminant Regression) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การสรุปผลของปัญหาและอุปสรรคตลอดจนแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการค้าปลีกในอนาคต

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผล

การศึกษาวិจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก โดยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายของสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 380 คน ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ จำนวน 365 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

4.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality factors)

4.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment factors)

4.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกระทำ (Action factors)

4.1.6 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.3 การอภิปรายผลการศึกษา

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 365	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	143	39.18
หญิง	222	60.82
รวม	365	100
อายุ		
21	66	18.08
22	184	50.40
23	70	19.18

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 365	ร้อยละ
24	25	6.85
25	8	2.19
26	6	1.64
27	2	0.55
28	1	0.27
ไม่ตอบอายุ	3	0.8
รวม	365	100
เชื้อชาติ		
ไทย	365	100.00
คณะที่กำลังศึกษา		
คณะครุศาสตร์	10	2.74
คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	48	13.15
คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	57	15.62
คณะวิทยาการจัดการ	76	20.82
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	19	5.21
คณะบริหารธุรกิจ	57	15.62
คณะวิศวกรรมศาสตร์	75	20.55
คณะเกษตรศาสตร์	10	2.74
คณะแพทยศาสตร์	6	1.64
อื่น ๆ ¹	7	1.92
รวม	365	100
รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	135	36.99
20,000 - 30,000 บาท	52	14.25
40,000 - 50,000 บาท	20	5.48
10,001 - 20,000 บาท	63	17.26
30,001 - 40,000 บาท	69	18.90

¹ สาธารณสุขศาสตร์, นิเทศศาสตร์

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 365	ร้อยละ
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	20	5.48
ไม่ตอบ	6	1.6
รวม	365	100
อาชีพบิดา		
รับราชการ	79	21.64
พนักงานบริษัทเอกชน	27	7.40
เกษตรกร	124	33.97
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	13.70
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	48	13.15
รับจ้างทั่วไป	23	6.30
อื่น ๆ ²	11	3.01
ไม่ตอบ	3	0.8
รวม	365	100
อาชีพมารดา		
รับราชการ	65	17.81
พนักงานบริษัทเอกชน	35	9.59
เกษตรกร	114	31.23
แม่บ้าน	56	15.34
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.93
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	55	15.07
รับจ้างทั่วไป	17	4.66
อื่น ๆ ³	4	1.10
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	365	100

² ผู้รับเหมาก่อสร้าง, นักเขียน, เสียชีวิต

³ ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า, ค้าขาย

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 365	ร้อยละ
เพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว		
มี	161	44.11
ไม่มี	203	55.62
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	365	100
ประสบการณ์การประกอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน		
เคย	203	55.62
ไม่เคย	157	43.01
ไม่ตอบ	5	1.4
รวม	365	100
อาชีพหรืองานพิเศษที่เคยทำระหว่างเรียน		
รับจ้าง	44	12.05
งานบริการ	16	4.38
เป็นพนักงานชั่วคราว (Part time)	106	29.04
ค้าขาย เช่น ขายปลีกซื้อมาขายไป	33	9.04
อื่น ๆ (โปรดระบุ) ⁴	18	4.93
ไม่ตอบ	148	40.5
รวม	365	100

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 60.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.18 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.40 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ อายุ 23 ปี อายุ 21 ปี และอายุ 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.18, 18.08 และ 6.85 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ โดยที่ผู้ไม่ตอบอายุ คิดเป็นร้อยละ 0.8 ของตัวอย่างทั้งหมด และมีเชื้อชาติไทยทั้งหมด กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 20.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือคณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และ

⁴ หมอจำ, ไม่ได้ระบุเพิ่มเติม

สังคมศาสตร์ และ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 20.55, 15.62, 15.62, และ 13.15 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.99 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด บิดามีอาชีพ เป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 33.97 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 21.64, 13.70, 13.15 และ 7.40 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ ในขณะที่อาชีพของมารดาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 31.23 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ รับราชการ แม่บ้าน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.81, 15.34, 15.70 และ 9.59 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 55.62 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และมีเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 44.11 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และส่วนใหญ่มีประสบการณ์การประกอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 55.62 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด โดยที่อาชีพหรืองานพิเศษที่เคยทำระหว่างเรียนคือ เป็นพนักงานชั่วคราว (Part time) คิดเป็นร้อยละ 29.04 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ รับจ้าง ค้าขาย และงานบริการ คิดเป็นร้อยละ 12.05, 9.04 และ 4.38 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ โดยที่ผู้ที่ไม่ตอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4.1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
การเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกเปิดโอกาสให้ใช้				
ความสามารถของตัวเองได้อย่างเต็มที่	4.09	0.77	ค่อนข้างสูง	1
จะต้องพบปะกับบุคคล/ลูกค้าต่าง ๆ จำนวนมาก	4.06	0.75	ค่อนข้างสูง	2
ช่วยแก้ไขปัญหาการว่างงานได้	3.99	0.83	ค่อนข้างสูง	3
การเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องมีความอดทนต่อ				
ความยากลำบากมากกว่าการเป็นลูกจ้าง	3.98	0.83	ค่อนข้างสูง	4
การค้าปลีกเป็นทางเลือกหนึ่งที่ย่อยต่อการเริ่มต้นทำธุรกิจ	3.95	0.70	ค่อนข้างสูง	5
มีทางเลือกรูปแบบของการค้าปลีกได้หลายทาง	3.93	0.80	ค่อนข้างสูง	6
มีโอกาสดิบโตได้ในอนาคตจากความต้องการของ				
ผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ที่มีนวัตกรรมใหม่เสมอ	3.91	0.76	ค่อนข้างสูง	7

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
มีผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการค้าปลีกง่าย	3.86	0.81	ค่อนข้างสูง	8
ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถ	3.86	0.85	ค่อนข้างสูง	9
การค้าปลีกเป็นอาชีพที่มีโอกาสทำให้อายุยืนยาวกว่าเป็นลูกจ้าง	3.82	0.82	ค่อนข้างสูง	10
เป็นธุรกิจที่ไม่ได้ขึ้นกับผู้ขายสินค้ารายใดรายหนึ่ง หรือลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	3.77	0.82	ค่อนข้างสูง	11
การค้าปลีกสามารถหาเงินได้ง่ายในการขยายกิจการ	3.72	0.90	ค่อนข้างสูง	12
เสียภาษีในอัตราต่ำเพราะเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก	3.67	0.88	ค่อนข้างสูง	13
การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง	3.66	0.94	ค่อนข้างสูง	14
ใช้เงินลงทุนในการก่อตั้งต่ำ	3.58	0.86	ค่อนข้างสูง	15
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	0.82	ค่อนข้างสูง	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกค่อนข้างสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกโดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดโอกาสให้ใช้ความสามารถของตัวเองได้อย่างเต็มที่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมาคือ การค้าปลีกจะต้องพบปะกับบุคคล/ลูกค้าต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และจะช่วยแก้ไขปัญหาการว่างงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

4.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพทางผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1.3.1 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจที่ต้องการไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ด้านจริยธรรมในการทำงาน (Work Ethic)
- ด้านความสำเร็จในงาน (Pursuit of Excellence)
- ด้านความรู้ในงาน (Mastery)
- ด้านความเป็นผู้นำ (Dominance)

- ด้านการมองหาโอกาส (Change)

4.1.3.2 ปัจจัยในเรื่องของการควบคุมตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ด้านการควบคุมตนเองภายใน (Internal)

- ด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา (Powerful of Other)

4.1.3.1 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจที่ต้องการไปสู่ความสำเร็จ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านจริยธรรมในการทำงาน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ปัญหาและอุปสรรคจะเป็นตัวส่งเสริมให้การทำงาน ธุรกิจได้ หากรู้จักปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ถ้าทำงานที่ไม่เคยทำมาก่อนจะศึกษางานนั้นอย่าง ละเอียดก่อนลงมือทำ	4.13	0.78	ค่อนข้างมาก	1
ในเรื่องของธุรกิจ มุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้ เจริญเติบโตมากกว่าหวังผลกำไร	4.08	0.84	ค่อนข้างมาก	2
เชื่อในความคิดที่ว่ามีสิ่งใหม่หรือวิธีการที่ดีกว่า เสมอในการทำงานหรือแก้ไขปัญหา	4.01	0.79	ค่อนข้างมาก	3
มีใจมุ่งมั่นที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายจนกว่าจะ สำเร็จ แม้ว่าจะงานนั้นจะน่าเบื่อหน่ายก็ตาม	3.96	0.74	ค่อนข้างมาก	4
มีความอดทนต่อการทำงานหนักได้	3.96	0.76	ค่อนข้างมาก	4
มีความคิดว่าสิ่งที่ทำอยู่คืออยู่แล้วไม่เห็นต้องคิด อะไรอีก	3.95	0.64	ค่อนข้างมาก	5
คิดหรือปรับปรุงสิ่งใหม่เป็นเรื่องยากสำหรับท่าน	2.35	1.10	ค่อนข้างน้อย	6
	2.28	0.89	ค่อนข้างน้อย	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	0.82	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านจริยธรรมในการทำงานผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านจริยธรรมในการทำงานจากข้อคำถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัญหาอุปสรรคจะเป็นตัวส่งเสริมให้การทำงานธุรกิจได้ หากรู้จักปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 รองลงมาคือ ถ้าทำงานที่ไม่เคยมาก่อน

จะศึกษางานนั้นอย่างละเอียดก่อนลงมือทำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 และ มุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตมากกว่าหวังผลกำไร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.79

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพใน ด้านความสำเร็จในงาน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
เมื่อเกิดความพึงพอใจในงานจะทำให้มีผลงาน ดีและเป็นที่ยอมรับ	4.09	0.78	ค่อนข้างมาก	1
ส่วนหนึ่งของความพึงพอใจในงานมาจากการ ที่ได้เห็นความสำเร็จของชิ้นงาน	4.09	0.73	ค่อนข้างมาก	1
ผลสำเร็จของงานเกิดขึ้นได้เพราะตัวเอง มีโช เพราะโชคหรือตาง	4.08	0.83	ค่อนข้างมาก	2
ไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ในการทำงานให้สำเร็จ แม้ว่า จะต้องเผชิญกับปัญหาความยุ่งยากเพียงใด	4.07	0.78	ค่อนข้างมาก	3
สนใจงานที่สามารถทำกำไรสูง แม้ว่างานนั้น จะจำเจและไม่ท้าทาย	3.93	0.83	ค่อนข้างมาก	4
ความล้มเหลวไม่อาจทำให้ย่อท้อแต่กลับสร้าง ความมานะพยายาม	3.87	0.66	ค่อนข้างมาก	5
วิธีทำงานใดให้ผลเป็นที่พอใจ จะใช้วิธีนั้น ต่อไปนาน ๆ	3.79	0.73	ค่อนข้างมาก	6
มีประสบการณ์เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ	3.65	0.95	ค่อนข้างมาก	7
มักจะไปบนบานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยเหลือให้ ทำงานสำเร็จลุล่วง	3.61	1.09	ค่อนข้างมาก	8
มีความเชื่อว่างานที่ทำจะประสบความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับพรหมลิขิตหรือโชคชะตา	3.46	1.14	ค่อนข้างมาก	9
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	0.85	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความสำเร็จในงาน ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านความสำเร็จในงาน จากข้อคำถามซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบ แบบสอบถามคิดว่าเมื่อเกิดความพึงพอใจในงานจะทำให้มีผลงานดีและเป็นที่ยอมรับ และส่วนหนึ่งของ

ความพึงพอใจในงานมาจากการที่ได้เห็นความสำเร็จของชิ้นงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 รองลงมาคือ ผลสำเร็จของงานเกิดขึ้นได้ เพราะตัวเอง มิใช่เพราะโชคหรือกลาง และจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ในการทำงานให้สำเร็จแม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาความยุ่งยากเพียงใด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 และ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพใน
ด้านความรู้ในงาน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
แสวงหาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม	4.03	0.76	ค่อนข้างมาก	1
เป็นคนขยันทำงานอย่างสม่ำเสมอและกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้อื่นไม่ชอบทำ	3.93	0.85	ค่อนข้างมาก	2
ชอบทำงานที่ยากและท้าทายใช้ทักษะสูงกว่าสิ่งที่ทำอยู่	3.87	0.87	ค่อนข้างมาก	3
ชอบเกมส์สนุกๆง่ายมากกว่าเกมส์ที่ยากๆ	3.77	0.99	ค่อนข้างมาก	4
หมดความพยายามอย่างรวดเร็วเมื่อรู้ว่าสิ่งที่ทำอยู่นั้นผิด	3.66	0.91	ค่อนข้างมาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.88	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความรู้ในงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านความรู้ในงานจากข้อคำถามซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองมีการแสวงหาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองเป็นคนขยันทำงานอย่างสม่ำเสมอและกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้อื่นไม่ชอบทำ และชอบทำงานที่ยากและท้าทายใช้ทักษะสูงกว่าสิ่งที่ทำอยู่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 และ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพใน
ด้านความเป็นผู้นำ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ต้องการทำงานที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง	3.97	0.73	ค่อนข้างมาก	1
เป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือช่วยแก้ปัญหาให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อนฝูง	3.92	0.84	ค่อนข้างมาก	2

**ตารางที่ 4.6 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้าน
บุคลิกภาพในด้านความเป็นผู้นำ**

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
สามารถพูดจาหว่านล้อมให้ผู้อื่นทำตามความ ต้องการได้	3.88	0.82	ค่อนข้างมาก	3
มั่นใจในการตัดสินใจของตนเองเสมอ	3.81	0.68	ค่อนข้างมาก	4
ส่วนใหญ่เป็นผู้ริเริ่มชักชวนผู้อื่นร่วมกันทำสิ่ง ต่าง ๆ	3.78	0.77	ค่อนข้างมาก	5
ไม่ชอบทำงานในลักษณะทำงานคนเดียว	3.64	0.83	ค่อนข้างมาก	6
มักจะเลี่ยงการเป็นหัวหน้าคน	3.60	0.93	ค่อนข้างมาก	7
คิดว่า ความคิดที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ วิธีการ ใหม่ ๆ เป็นความคิดของคนไม่มีอะไรทำ	2.52	1.19	ค่อนข้างน้อย	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	0.85	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความเป็นผู้นำ ผู้ตอบแบบสอบถาม
เห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านเป็นผู้นำจากข้อคำถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
0.85 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า
ต้องการทำงานที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73
รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือช่วยแก้ปัญหาให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อนฝูงและ
สามารถพูดจาหว่านล้อมให้ผู้อื่นทำตามความต้องการได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.84 และ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพใน
ด้านการมองหาโอกาส**

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
คิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมาก ถ้า ทำการศึกษารึจริง	4.05	0.83	ค่อนข้างมาก	1
คิดว่ายังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่สามารทำ กำไรสูง แต่ยังไม่มีโอกาสทำ	3.98	0.84	ค่อนข้างมาก	2
เมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ เอื้ออำนวยจะดำเนิน ธุรกิจตามช่องทางที่เห็นโอกาส	3.97	0.76	ค่อนข้างมาก	3
ชอบพูดคุยปรึกษาหารือกับผู้มีความรู้หรือ เพื่อนฝูงเกี่ยวกับการทำธุรกิจใหม่	3.97	0.85	ค่อนข้างมาก	3

**ตารางที่ 4.7 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้าน
บุคลิกภาพในด้านการมองหาโอกาส**

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
มองเห็นโอกาสในธุรกิจใหม่	3.91	0.85	ค่อนข้างมาก	4
ชอบคิดสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ	3.87	0.79	ค่อนข้างมาก	5
ชอบที่จะเสี่ยงมากกว่ารอโชคชะตา	3.80	0.87	ค่อนข้างมาก	6
คิดว่าโอกาสทางธุรกิจขึ้นอยู่กับโชคชะตาว่าจะดีหรือไม่ดี	3.47	1.07	ค่อนข้างมาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.86	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านการมองหาโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านการมองหาโอกาสจากข้อคำถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมากถ้าศึกษาจริง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ายังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่สามารทำกำไรสูง แต่ยังไม่มีโอกาสและสถานการณ์เอื้ออำนวยจะดำเนินธุรกิจตามช่องทางที่เห็นโอกาสอีกทั้งจะชอบพูดคุยปรึกษากับผู้มีความรู้หรือเพื่อนฝูงเกี่ยวกับการทำธุรกิจใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 และ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ตามลำดับ

4.1.3.2 ปัจจัยในเรื่องของการควบคุมตนเอง (Locus of control)

**ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพใน
ด้านการควบคุมตนเอง**

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ยอมรับผลอันเกิดจากการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใดก็ตามถ้าตัดสินใจทำอะไรลงไปเพราะเชื่อว่าทำได้	3.97	0.74	ค่อนข้างมาก	1
แน่นอน ถ้าได้ทำอะไรแล้วจะพยายามทำให้ดีกว่าที่ผู้อื่นได้ทำไว้อยู่ก่อนแล้ว	3.94	0.77	ค่อนข้างมาก	2
มีความรอบคอบในการใช้เงิน	3.90	0.74	ค่อนข้างมาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.79	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการควบคุมตนเองผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในการควบคุมตนเองจากข้อความซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองยอมรับผลอันเกิดจากการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองกล้าตัดสินใจทำอะไรลงไปเพราะเชื่อว่าทำได้แน่นอน และถ้าได้ทำสิ่งใดแล้วจะพยายามทำให้ดีกว่าที่ผู้อื่นได้ทำไว้อยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 และ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ต้องการความชื่นชมจากคนที่มีอำนาจมากกว่าในการวางแผนงาน ต้องแน่ใจว่าเป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจมากกว่าต้องการ	3.74	0.85	ค่อนข้างมาก	1
ในชีวิตส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยอำนาจจากคนอื่น	3.63	0.99	ค่อนข้างมาก	2
ชอบให้สิ่งที่เกิดในชีวิตส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยผู้มีอำนาจ	3.46	1.02	ค่อนข้างมาก	3
	3.34	1.08	ค่อนข้างมาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	0.99	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในการเป็นผู้ได้บังคับบัญชาจากข้อความ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าต้องการความชื่นชมจากคนที่มีอำนาจมากกว่า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าในการวางแผนงานต้องแน่ใจว่าเป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจมากกว่าต้องการ และในชีวิตส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยอำนาจจากคนอื่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 และ 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 ตามลำดับ

4.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment factors)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ของปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
การมีส่วนร่วมในแต่ละช่วงของการประกอบ				
กิจการจะทำให้มีความเข้มแข็งและอดทน	4.08	0.76	ค่อนข้างมาก	1
ครอบครัวให้การสนับสนุนให้ท่านเลือกเป็น				
ผู้ประกอบการมากกว่าเป็นลูกจ้าง	4.07	0.81	ค่อนข้างมาก	2
คำพูดที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน ยังคง				
ยึดถือได้ในปัจจุบัน	4.07	0.82	ค่อนข้างมาก	2
ครอบครัวสอนให้รู้จักการทำงานมาตั้งแต่				
เด็ก	4.05	0.86	ค่อนข้างมาก	3
ทางครอบครัวยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือและ				
เป็นกำลังใจในการประกอบธุรกิจ	4.00	0.81	ค่อนข้างมาก	4
ครอบครัวมีการเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยทำให้				
เป็นคนที่กล้าคิด กล้าแสดงออก	3.98	0.77	ค่อนข้างมาก	5
หากครอบครัวไม่มีผู้ปกครองเป็น				
ผู้ประกอบการอยู่มีแนวโน้ม ว่าบุคคลนั้นจะ				
เป็นผู้ประกอบการ	3.97	0.79	ค่อนข้างมาก	6
การเป็นผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการเอง				
สามารถช่วยสร้างฐานะให้กับตัวเองได้	3.90	0.72	ค่อนข้างมาก	7
การตัดสินใจโดยที่มีบุคคลในครอบครัวคอย				
ชี้แนะจะช่วยสร้างความมั่นใจในการเป็น				
ผู้ประกอบการ	3.87	0.70	ค่อนข้างมาก	8
ฐานะของครอบครัวทำให้ต้องเริ่มออกทำงาน				
เพื่อหาเงินมาใช้จ่าย	3.77	0.94	ค่อนข้างมาก	9
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98	0.80	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.10 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมจากข้อคำถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการมีส่วนร่วมในแต่ละช่วงของการประกอบกิจการของครอบครัวจะทำให้มีความเข้มแข็งและอดทน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าคำพูดที่ว่า ผู้ใหญ่

อาบนำร้อนมาก่อนยังคงยึดถือได้ในปัจจุบัน อีกทั้งครอบครัวให้การสนับสนุนให้เลือกเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเป็นลูกจ้าง และครอบครัวของท่านสอนให้ท่านได้รู้จักการทำงานมาตั้งแต่เด็ก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 และ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 ตามลำดับ

4.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกระทำ (Action Factors)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ของปัจจัยทางด้านกระทำ

ปัจจัยด้านการกระทำ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งที่ ใช้อยู่เป็นประจำของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จะต้องมี	4.16	0.74	ค่อนข้างมาก	1
การฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่างๆ อยู่เสมอ จะทำให้เรามีทักษะด้านการคิด วิเคราะห์อย่างมีเหตุผล	4.16	0.74	ค่อนข้างมาก	1
การฝึกหัดขายของโดยวิธีการซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) เป็นการสร้างพื้นฐานที่ดีของการเป็น ผู้ประกอบการ	4.11	0.76	ค่อนข้างมาก	2
การติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจอยู่เสมอจะทำ ให้มองเห็นโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น การจัดสรรเวลาเพื่อทำงานนอกเวลา หรือ สมัครเป็นนักศึกษาฝึกงานจะช่วยทำให้รู้จัก เรื่องคนซึ่งจะเป็นประโยชน์เมื่อทำธุรกิจ	4.08	0.77	ค่อนข้างมาก	3
หลักสูตรและเนื้อหาวิชาที่ศึกษา สามารถเสริม ความรู้และความมั่นใจแก่นักศึกษาในการที่จะ ออกไปเป็นผู้ประกอบการ	4.07	0.78	ค่อนข้างมาก	4
ทักษะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า ปลีกคือ	3.97	0.70	ค่อนข้างมาก	5
ทักษะด้านการคิดคำนวณ	3.97	0.80	ค่อนข้างมาก	5
การเพิ่มพูนความรู้จากการอบรม สัมมนาทาง วิชาการเพิ่มเติมจะทำให้มีความรู้ในการพัฒนา ธุรกิจค้าปลีกของเรามากขึ้น	3.97	0.70	ค่อนข้างมาก	5

**ตารางที่ 4.11 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความหมาย และลำดับ ของปัจจัยทางด้าน
กระทำ**

ปัจจัยด้านการกระทำ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
การฝึกทำงานเป็นกลุ่ม ไม่ควรอยู่กับกลุ่มเพื่อน สนิทไปทุกครั้งจะช่วยเสริมสร้างทักษะด้าน การจัดการและด้านการสร้างมนุษยสัมพันธ์	3.96	0.80	ค่อนข้างมาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	0.75	ค่อนข้างมาก	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.11 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยทางการกระทำผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในด้านการกระทำจากข้อคำถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน โดยที่ 3 ลำดับแรกที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งที่ใช้อยู่เป็นประจำของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องมี และการฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการฝึกหัดขายของโดยวิธีการซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) เป็นการสร้างพื้นฐานที่ดี และการติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจจะทำให้มองเห็นโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 และ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 ตามลำดับ

4.1.6 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

การตัดสินใจ	จำนวน n = 365	ร้อยละ
ขณะนี้ร้านค้าปลีกของตนอยู่แล้วและจะทำต่อไป	37	10.14
จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกหลังจากที่จบการศึกษาเร็วที่สุดภายใน 1 ปี	45	12.33
จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกของตนเองหลังจากที่จบการศึกษาภายใน 2-3 ปี	66	18.08
จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกของตนเองหลังจากที่จบการศึกษาภายใน 5 ปี	79	21.64
อาจจะเริ่มต้นที่ธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ค้าปลีก	54	14.79
ไม่แน่ใจ/อาจจะไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก	71	19.45
ไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน	13	3.56
รวม	365	100

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.12 จะได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของตนเองภายใน 5 ปี ร้อยละ 21.64 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่แน่ใจ/อาจไม่เป็น

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ร้อยละ 19.45 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของตนเอง ภายใน 2-3 ปี ร้อยละ 18.08 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ค้าปลีก ร้อยละ 14.79 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของตนเองภายใน 1 ปี ร้อยละ 12.33 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ขณะนี้มีร้านค้าปลีกของตนเองอยู่แล้วและจะทำต่อไป ร้อยละ 10.14 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และตัดสินใจที่จะไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกอย่างแน่นอน ร้อยละ 3.56 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามในหัวข้อคำถามที่ว่าด้วยไม่แน่ใจ/อาจไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกอย่างแน่นอนให้เหตุผลของการตัดสินใจดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละ เหตุผลของการตัดสินใจไม่เลือกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

เหตุผลการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ยังขาดประสบการณ์และความรู้ไม่พอ	67	18.4
กลัวขาดทุน	32	8.8
ไม่มีความมั่นคงและมีคู่แข่งชันมาก	26	6.4
ไม่ชอบเสี่ยงเพราะกลัวความล้มเหลว	14	3.8
ต้องมีความรับผิดชอบมาก	12	3.3
ไม่มีเวลาเป็นส่วนตัวและให้ครอบครัว	8	2.2
ไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน	5	1.4

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.13 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่เลือกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก คือ ยังขาดประสบการณ์และความรู้ไม่พอที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ คิดเป็นร้อยละ 18.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือกลัวขาดทุน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่มีความมั่นคงและมีคู่แข่งชันมาก คิดเป็นร้อยละ 6.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่ชอบเสี่ยงเพราะกลัวความล้มเหลว คิดเป็นร้อยละ 3.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ต้องมีความรับผิดชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่มีเวลาเป็นส่วนตัวและให้ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนี้มีผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.69 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งสามารถสรุปเป็นหัวข้อในสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล ได้เป็น 4 หัวข้อดังต่อไปนี้

1. ด้านการศึกษาและการฝึกอบรม คือ ต้องการได้รับการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ขาดแคลนในทุนทรัพย์และสำหรับนักศึกษาที่ต้องการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งต้องการให้หน่วยงานของทางภาครัฐบาลทราบถึงวิธีการสอนของแต่ละมหาวิทยาลัยว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรเพื่อจะได้นำมาปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานเดียวกันและอยากให้เข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมด้านการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มของนักศึกษามากขึ้น ควรจัดให้มีการอบรมผู้ประกอบการอย่างทั่วถึงมากกว่านี้ให้คนที่อยู่ต่างอำเภอได้มีความรู้ไม่ต่างจากคนในเมือง

2. ด้านเงินทุน คือ อยากให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนเงินลงทุนและให้สินเชื่อสำหรับเริ่มต้นในการก่อตั้งกิจการ และอยากให้มีการติดตามผลของผู้กู้ยืมว่านำเงินไปใช้ทำอะไรอย่างไร มีความเหมาะสมหรือไม่เพื่อเงินที่ปล่อยให้ผู้กู้ยืมจะได้เกิดประโยชน์และเป็นการบริหารกองทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านภาษีอากร คือ ไม่ควรเก็บภาษีมากจนเกินไป ควรปรับปรุงเรื่องการจัดเก็บภาษี ให้มีการจัดเก็บภาษีอย่างเป็นธรรม และอยากให้มีการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม

4. ด้านอื่น ๆ คือ รัฐบาลควรจะหันมาดูแลผู้ประกอบการรายย่อยมากขึ้น เช่น ออกกฎหมายที่คุ้มครองผู้ประกอบการและให้อำนาจแก่การปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจขนาดย่อมและสร้างช่องทางที่จะพัฒนาสินค้าขึ้น ๆ อีกทั้งควรสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อลดปัญหาการว่างงาน

จากข้อมูลสรุปทางด้านบุคลิกภาพสามารถที่จำแนกการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแยกตามปัจจัยในด้านต่าง ๆ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกกับปัจจัยบุคลิกภาพด้านต่างๆ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	การตัดสินใจ			
	เป็น		ไม่เป็น	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านจริยธรรมในการทำงาน	3.78	0.34	3.44	0.38
ด้านสำเร็จในงาน	4.18	0.40	3.59	0.49
ด้านความรู้ในงาน	4.17	0.52	3.54	0.57
ด้านความเป็นผู้นำ	3.89	0.35	3.46	0.39
ด้านการมองหาโอกาส	4.22	0.40	3.55	0.62
ด้านการควบคุมตนเอง	4.22	0.49	3.59	0.49
ด้านการชอบเป็นผู้ได้บังคับบัญชา	3.89	0.85	3.22	0.73
รวมเฉลี่ย	4.05	0.48	3.48	0.52

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.14 ซึ่งเกี่ยวกับการตัดสินใจกับปัจจัยบุคลิกภาพในด้านต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีค่าคะแนนเฉลี่ยในด้านการมองหาโอกาส 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 ด้านการควบคุมตนเอง 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ด้านสำเร็จในงาน 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 ด้านความรู้ในงาน 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 สูงกว่าผู้ที่ตัดสินใจไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางการกระทำ และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

การวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์

การวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ เริ่มเกิดขึ้นเมื่อมีแนวคิดว่า ปัญหาด้านการวิจัยที่เกิดขึ้นซ้ำนั้น อยู่ที่ยกกำหนดคนในกลุ่มตัวอย่างว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะไปอยู่กลุ่มรวมที่ได้แบ่งแยกไว้เป็นสอง หรือสามกลุ่มภายใต้กฎเกณฑ์ที่ใช้เป็นคะแนนมาตรฐาน ดังนั้นการวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ จึงมีความสำคัญตรงที่ตัวแปรตามเป็นกลุ่มมาตรฐานที่กำหนดไว้ เช่น สำเร็จหรือล้มเหลว เป็นหรือไม่เป็น ผ่านหรือไม่ผ่าน (อำนาจ เลิศขยันดี, 2545) ซึ่งจากการวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ (Discriminant Analysis) สามารถสร้างสมการจากผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

$$Y = -14.922 + 1.128X_1 + 1.350X_2 + 1.254X_3$$

โดยที่

$$Y = \text{การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก}$$

$$X_1 = \text{ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม(Environment factors)}$$

$$X_2 = \text{ปัจจัยทางการกระทำ (Action factors)}$$

$$X_3 = \text{ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ (Personality factors)}$$

จากสมการพบว่าค่าคงที่ที่ได้นั้นมีค่าเป็นลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโดยพื้นฐานทางสังคมนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์ นั่นคือเมื่อตัวแปรทางสิ่งแวดล้อม (X_1) เช่น พื้นฐานของครอบครัว ประสบการณ์ในการทำงาน มีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะทำให้ค่า Y มีค่าเพิ่มขึ้น 1.128 หน่วย, ตัวแปรทางการกระทำ (X_2) เช่น ทักษะและคุณสมบัติเฉพาะบุคคล มีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะทำให้ค่า Y มีค่าเพิ่มขึ้น 1.350 หน่วย และเมื่อตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพ (X_3) เช่น แรงจูงใจที่ต้องการมุ่งไปสู่ความสำเร็จ และการควบคุมตนเอง มีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะทำให้ค่า Y มีค่าเพิ่มขึ้น 1.254 หน่วยด้วยเช่นกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเมื่อตัวแปรอิสระในด้านต่าง ๆ เหล่านี้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะทำให้ค่า Y เพิ่มขึ้น

หมายถึง มีการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก (Y) มีแนวโน้มการตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมากขึ้น ในทางกลับกันถ้าแทนค่าในตัวแปรอิสระในด้านต่าง ๆ เท่ากับ 0 ซึ่งหมายถึงไม่มีปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ ก็สามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่ามีแนวโน้มเลือกที่จะไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรืออาจจะเลือกแต่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อยซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือปัจจัยที่ได้ทำการศึกษา สอดคล้องกับค่าที่ได้จากการวิเคราะห์จุดศูนย์กลางร่วม (Function at Group Centroids) ของการวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ เนื่องจากค่า Y_1 เป็นค่าบวก และ Y_2 เป็น ค่าลบ ทำให้สะดวกต่อการแปลความหมายได้ว่า กรณีที่เป็นบวกก็คืออยู่ในกลุ่มของผู้ที่ต้องการเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและกรณีที่เป็นลบก็คืออยู่ในกลุ่มของผู้ที่ตัดสินใจเลือก ที่จะไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกผลจากการสร้างสมการแบบดิสคริมิแนนต์พบว่าสมการการจำแนก มีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่า Canonical Correlation เท่ากับ 0.764 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ค่าสามารถอธิบายความผันแปรหรือจำแนกกลุ่มได้เท่ากับ 58.37% ($0.764^2 = 0.5837$)

ตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรด้านต่าง ๆ กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ตัวแปร	(1)	(2)	(3)	(4)
(1) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	1			
(2) ปัจจัยด้านการกระทำ	0.758**	1		
(3) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	0.630**	0.633**	1	
(4) การตัดสินใจ	-0.685**	-0.700**	-0.641**	1
M	4.04	4.13	3.81	1.43
SD	0.48	0.49	0.42	0.50

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.15 สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ปัจจัยด้านการกระทำเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 และการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกเฉลี่ย เท่ากับ 1.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50

และจากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สามารถสรุปได้ว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกอย่างมีนัยสำคัญอย่างมาก ($p < 0.01$) โดยที่ทั้ง 3 ปัจจัยมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในทางตรงข้ามกัน ซึ่งจะสังเกตได้จากสมการการวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ดังกล่าวข้างต้น ปัจจัยทางด้านการกระทำมีความผลกระทบสูงสุดที่ ($r = 0.70$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ($r = 0.685$) และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ($r = 0.641$)

จากการวิเคราะห์สมการแบบคิสคริมิแนนต์ สามารถที่จะหาค่าสัมประสิทธิ์เชิงโครงสร้าง (Structure coefficient) จะทำให้ทราบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ซึ่งสามารถทดสอบได้จากสูตร ดังต่อไปนี้

$$S = \frac{r_{yi}}{R_{y.123\dots k}}$$

เมื่อ S คือ ค่าสัมประสิทธิ์เชิงโครงสร้าง (Structure coefficients)

r_{yi} คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง Y กับตัวแปรต้น (X) ตัวที่ i

$R_{y.123\dots k}$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่าง Y กับตัวแปรต้น (X) ตัวตั้งแต่ตัวที่ 1,2,3,...,k

จากการคำนวณหาค่าทางสถิติ ได้ค่า

$$R_{y.123} = 0.764$$

$$r_1 = 0.685 \quad (\text{ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม})$$

$$r_2 = 0.700 \quad (\text{ปัจจัยด้านการกระทำ})$$

$$r_3 = 0.641 \quad (\text{ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ})$$

แทนค่าสูตร

$$S_1 = \frac{0.685}{0.764} = 0.896$$

$$S_2 = \frac{0.700}{0.764} = 0.916$$

$$S_3 = \frac{0.641}{0.764} = 0.839$$

จากกฎโดยทั่วไปมักนิยมว่า ถ้าค่าสัมประสิทธิ์เชิงโครงสร้าง (Structure coefficient) มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.3 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจะทำให้การแปลความหมายถูกต้อง และมีคุณค่า (อำนาจ เลิศขยันดี, 2545)

จากสมการทำนายที่ได้จากสมการแบบคิสคริมิแนนต์ เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์เชิงโครงสร้างมาวิเคราะห์ต่อจะพบว่า

ตัวแปรทางด้านสิ่งแวดล้อม S_1 ได้ $(0.896)^2 = 0.802$ ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทางด้านสิ่งแวดล้อมมีส่วนทำนายในสมการแบบคิสคริมิแนนต์ร้อยละ 80.20

ตัวแปรทางด้านภาระกระทำ S_2 ได้ $(0.916)^2 = 0.839$ ซึ่งมีความหมายว่าตัวแปรทางด้านภาระกระทำมีส่วนทำนายในสมการแบบดิสคริมิแนนต์ ร้อยละ 83.9

ตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพ S_3 ได้ $(0.839)^2 = 0.7039$ ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพมีส่วนทำนายในสมการแบบดิสคริมิแนนต์ ร้อยละ 70.39

ดังนั้นจากการวิเคราะห์โดยใช้สมการแบบดิสคริมิแนนต์ในการทำนายการตัดสินใจการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาชั้นปีสุดท้าย ในระดับอุดมศึกษาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตัวแปรตัวที่ 2 ด้านการกระทำนั้นมีน้ำหนักในการทำนายการตัดสินใจการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.9 มากกว่า ตัวแปรตัวที่ 1 ด้านสิ่งแวดล้อม และตัวแปรตัวที่ 3 ด้านบุคลิกภาพคิดเป็นร้อยละ 80.20 และ 70.39 ตามลำดับ และความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามภาพรวม ซึ่งการวิเคราะห์ได้ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เรียกว่า วิลค์ แลมบ์ดา (Wilks' lamda) ใช้ตัวอักษรภาษากรีก λ ซึ่งเมื่อได้ค่า λ สามารถที่จะหาค่า R^2 ได้จากสูตรดังต่อไปนี้ อ้างถึงใน อำนวย เลิศขยันดี (2545)

$$R^2 = 1 - \lambda$$

ดังนั้นเมื่อ $\lambda = 0.417$ จะทำให้ได้ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในภาพรวม

$R^2 = 0.583$ หรือ 58.3% ซึ่งเป็นค่าที่ได้จากการวิเคราะห์โดยการเก็บข้อมูลชั้นปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน สามารถอธิบายระดับความน่าเชื่อถือที่ได้จากการวิเคราะห์สมการแบบดิส คริมิแนนต์ได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 เมทริกซ์การจำแนกกลุ่ม

กลุ่มจริง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ)	ผลการทำนายสมาชิกของกลุ่ม	
		เป็นผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีก (ร้อยละ)	ไม่เป็นผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีก (ร้อยละ)
เป็นผู้ประกอบการร้านค้า ปลีก	209 (57.25)	196 (93.8)	13 (6.2)
ไม่เป็นผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีก	156 (42.75)	19 (11.9)	137 (88.1)
รวม	365	รวมจำแนกกลุ่มได้อย่างถูกต้อง 91.4%	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2550 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.16 ซึ่งในการวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์ จะใช้เมทริกซ์การจำแนกกลุ่มในการทดสอบความเชื่อถือได้ของการวิเคราะห์สมการแบบดิสคริมิแนนต์ จากผลการจำแนกกลุ่มด้วยฟังก์ชัน

การจำแนก พบว่าสามารถจำแนกการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้ร้อยละ 93.8 และสามารถจำแนกการตัดสินใจที่จะไม่เลือกเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกร้อยละ 88.1 โดยเฉลี่ยแล้วการวิเคราะห์สมการแบบดิสคริมิแนนต์สามารถจำแนกการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้ถูกต้อง ร้อยละ 91.4 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์โดยใช้สมการแบบดิสคริมิแนนต์ต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจึงมีระดับที่น่าเชื่อถือได้ (ศิริชัย กาญจนวาสิ, 2548)

4.3 การอภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก แบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 คือการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเห็นด้วยค่อนข้างมากต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 จากกลุ่มตัวอย่าง 365 คน และเห็นว่าการค้าปลีก เปิดโอกาสให้ใช้ความสามารถของตัวเองได้อย่างเต็มที่ การค้าปลีกจะต้องพบกับบุคคล/ลูกค้าต่าง ๆ จำนวนมาก และจะช่วยและไขปัญหาการว่างงาน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกค่อนข้างสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ D.A. Luzzo (1993) พบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพผู้ที่ตัดสินใจเลือกอาชีพเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของตนเองภายในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งเหตุผลที่จะไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก คือ ยังขาดประสบการณ์และความรู้ไม่พอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาจิต ลินสาจิตชัย (2547) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการ หลังจากจบการศึกษา 5 ปี ธุรกิจที่สนใจคือ ธุรกิจบริการ การนำเข้าส่งออก ส่วนสาเหตุที่ไม่สนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ คือ ความชำนาญที่ไม่เหมาะสม ประสบการณ์ที่ยังไม่เพียงพอ และขาดแคลนเงินทุน

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพเป็นการศึกษา ซึ่งเป็นการแบ่งการศึกษาออกเป็น 6 ด้าน ด้านจริยธรรมในการทำงาน, ด้านความสำเร็จในงาน, ด้านความรู้ในงาน, ด้านความเป็นผู้นำ, ด้านการมองหาโอกาส, ด้านการควบคุมตนเอง, ด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านจริยธรรมในการทำงาน ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านจริยธรรมในการทำงานคือ อุปสรรคเป็นตัวส่งเสริมให้การทำงานธุรกิจได้ หากรู้จักปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ถ้าทำงานที่ไม่เคยมาก่อนจะศึกษางานนั้นอย่างละเอียดก่อนลงมือทำ และมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตมากกว่าหวังผลกำไร บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย บุคคลกลุ่มนี้ชอบประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน หรือผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (Holland. 1973)

เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความสำเร็จในงาน ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านความสำเร็จในงานคือ เมื่อเกิดความพึงพอใจในงานจะทำให้มีผลงานดีและเป็นที่ยอมรับส่วนหนึ่งของความพึงพอใจในงานมาจากการที่ได้เห็นความสำเร็จของชิ้นงาน มีความเชื่อว่าผลสำเร็จของงาน

เกิดขึ้นได้เพราะตัวเอง มิใช่เพราะโชคหรือกลาง และจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ในการทำงานให้สำเร็จ แม้ว่า จะต้องเผชิญกับปัญหาความยุ่งยากเพียงใด การจูงใจบุคคลเกิดจากความต้องการ ความต้องการทำให้ บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการตามเป้าหมายนั้น เมื่อบุคคลได้รับการตอบ สนองแล้วก็จะทำให้ความต้องการลดน้อยลงเมื่อบุคคลได้บรรลุเป้าหมายแล้ว เช่น เมื่อบุคคลมีความ ต้องการความสำเร็จก้าวหน้าในอาชีพ ก็จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการนั้น (เนตรพัฒนา ยาวีราข, 2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สุขารมณ (2536) พบว่า องค์ประกอบ ทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรี แรงจูงใจในการเลือกอาชีพและ บุคลิกภาพมีแนวโน้ม ที่จะมามีอิทธิพลต่อการจำแนกกลุ่มอาชีพการเลือกงานของนิสิตระดับปริญญาตรีและ จากงานวิจัยของ สาธิต สีนสาธิตชัย (2547) เห็นว่าแรงจูงใจที่สำคัญ คือ ต้องการเป็นนายของตนเอง ต้องการแสวงหาความสำเร็จในชีวิต และให้ผลตอบแทนสูง

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความรู้ในงาน ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้าน ความรู้ในงาน คือ มีการแสวงหาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม คิดว่าตนเองเป็นคนขยันทำงานอย่างสม่ำเสมอและ กระตือรือร้นในการแก้ปัญหายาก ๆ ที่ผู้อื่นไม่ชอบทำ และชอบทำงานที่ยากและท้าทายใช้ทักษะสูงกว่า สิ่งที่ทำอยู่ โดยที่บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขายเขาจะใช้ความ สามารถที่เขามีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการงานและเรื่องอื่น ๆ มีความเชื่อมั่นในตนเอง เข้าสังคมเก่ง (Holland. 1973) สอดคล้องกับแนวคิดของ แคทเลีย ท่วมประดม (2549) กล่าวว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นนักฝัน มักจะเน้นย้ำถึงความสำคัญของการลงมือทำ เนื่องจากการลงมือทำอย่าง จริงจังจะเป็นสะพานให้นักฝันเหล่านั้นกลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้าน ความเป็นผู้นำ คือ ต้องการงานที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง เป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือช่วยแก้ปัญหา ให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อนฝูง สามารถพูดจาหวานล่อมให้ผู้อื่นทำตามความต้องการได้ โดยที่บุคลิกภาพของผู้ มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขายบุคคลกลุ่มนี้จึงมีความสามารถทางการเป็นผู้นำ การ ประชาสัมพันธ์ การชักชวน แต่ด้อยความสามารถด้านวิทยาศาสตร์ (Holland. 1973)

ปัจจัยทางบุคลิกภาพในการมองหาโอกาส ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านการ มองหาโอกาส คือ คิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมากถ้าศึกษาจริง คิดว่ายังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่ สามารถทำกำไรสูง แต่ยังไม่มีโอกาสและสถานการณ์เอื้ออำนวยจะดำเนินธุรกิจตามช่องทางที่เห็น โอกาส และจะชอบพูดคุยปรึกษากับผู้มีความรู้หรือเพื่อนฝูงเกี่ยวกับการทำธุรกิจใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของ แคทเลีย ท่วมประดม (2549) ได้กล่าวว่า โอกาสทางธุรกิจนั้นมีมากมายผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมองเห็นในสิ่งที่คนทั่วไปมองข้าม สร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้าและบริการแล้วเสนอ ขาย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีเงินทุนต่ำ ดังนั้น ไอเดียและความแปลกใหม่จึงต้องเป็นจุด ขายที่แข็งแกร่งในการดึงความสนใจจากตลาดและลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลชื่น หงส์ไพศาล วิวัฒน์ (2539) จากการศึกษพบว่า ความสามารถในการมองหาโอกาสทางธุรกิจมีความสำคัญมากที่สุด ในคุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ และจากงานวิจัยของ

สุกรี แก้วมณี (2539) ซึ่งศึกษาลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาไม่พร้อมที่จะทำงานหนัก และขาดความมั่นใจในเรื่องของการมองโอกาสทางธุรกิจ คือ ขาดความมั่นใจในระดับที่จะตัดสินใจได้ว่า จะทำธุรกิจอะไรจึงประสบความสำเร็จ จึงทำให้ความกล้าเสี่ยงและความมั่นใจลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีการมองหาโอกาสแต่กลัวความล้มเหลวที่จะเกิดขึ้นเนื่องมาจากว่าขาดประสบการณ์และทักษะในการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ครอบคลุมถึงความอดทนในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากการศึกษา คือ คิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมาก ถ้าศึกษาจริง แสดงให้เห็นว่ามีการคิดแต่ไม่ได้มีการตัดสินใจที่จะทำ และมองที่ผลลัพธ์เป็นหลัก คือ ผลกำไร ซึ่งเป็นมุมมองหนึ่งที่น่านำมาใช้ในการวางแผนการศึกษาและการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มนักศึกษา

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านการควบคุมตนเอง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านการควบคุมตนเอง คือ ยอมรับผลอันเกิดจากการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ของท่านไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใด ตนเองกล้าตัดสินใจทำอะไรลงไปเพราะเชื่อว่าทำได้แน่นอนถ้าได้ทำสิ่งใดแล้วท่านจะพยายามทำให้ดีกว่าที่ผู้อื่นได้ทำไว้ก่อนแล้วบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย (Enterprising) บุคคลกลุ่มนี้จึงมีลักษณะต่อไป นี้คือ ชอบเสี่ยงภัย ทะเยอทะยาน กล้าได้แย่งนำเชื่อถือ กระปรี้กระเปร่า เปิดเผย ใจร้อน มองโลกในแง่ดี สนุกสนาน เชื่อมมั่นในตนเอง เข้าสังคมง่าย ช่างพูด (Holland, 1973) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ A. Jacobowitz และ D. Vidler (1982) คือ การเป็นผู้ประกอบกิจการของตนเองนั้นมักจะเป็นบุคคลที่มีลักษณะค่อนข้าง ก้าวร้าว ขยันหมั่นเพียร ชอบการแข่งขัน วางเป้าหมายในลักษณะท้าทายแต่สามารถทำได้จริงมีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น รักความเป็นอิสระและการพึ่งตนเอง อีกทั้งผู้ที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถที่จะเป็นผู้ประกอบการได้จะมีความกล้าในการที่จะประกอบการธุรกิจของตนเองและมีความมุ่งมั่น อดทน ความมุ่งมั่นพยายาม

(มนทกานต์ เมฆธา, 2546)

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา คือ ต้องการความชื่นชมจากคนที่มีอำนาจมากกว่า คิดว่าในการวางแผนงานต้องแน่ใจว่าเป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจมากกว่าต้องการ ชีวิตส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยอำนาจจากคนอื่น ซึ่งเป็นพื้นฐานของทางสังคมไทยที่เด็กมักจะต้องการคำชื่นชมจากผู้ใหญ่ และอยู่ในความต้องการขั้นหนึ่งของทฤษฎีอับบราฮัม มาสโลว์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543 และ รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548) ความต้องการได้รับการยกย่อง (Esteem needs) หมายถึง เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self Esteem needs) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม เช่น ความต้องการเป็นอิสระ ต้องการการยอมรับ ได้รับการยกย่อง ได้รับเกียรติจากผู้อื่น เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีปัจจัยในด้านการมองหาโอกาส ด้านการควบคุมตนเอง ด้านสำเร็จในงาน ด้านความรู้ในงาน สูงกว่าผู้ที่ตัดสินใจไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ประเด็นที่ 3 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม คือ การมีส่วนร่วมในแต่ละช่วงของการประกอบกิจการของครอบครัวจะทำให้มีความเข้มแข็ง และอดทน อีกทั้งเชื่อว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน ยังคงยึดถือได้ในปัจจุบัน และครอบครัวให้การสนับสนุนให้เลือกเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเป็นลูกจ้างอีกทั้งครอบครัวสอนให้ได้รับรู้จักการทำงานมา ตั้งแต่เด็กครอบครัวประกอบด้วย บิดา มารดา และพี่น้อง ซึ่งถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความเห็น ค่านิยม ตลอดจนบุคลิกภาพของบุคคล นพมาศ อึ้งพระ (2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑกานต์ เมฆรา (2546) ได้กล่าวว่าการบรรทัดฐานทางสังคมมีผลที่จะทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($r = 0.44$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลักษณะของสังคมไทย พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง เป็นพื้นฐานในการปลูกฝังและขัดเกลาพฤติกรรมต่าง ๆ ทางด้านค่านิยม ความเชื่อ และการตัดสินใจ อันมีผลที่จะก่อให้เกิดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และจากการศึกษาวิจัยของ อรุณช ชูริสังข์ (2545) พบว่าการที่บิดาและมารดามีการศึกษาที่สูง และมีการเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสภาพแวดล้อมในครอบครัวและสภาพแวดล้อมในสถานศึกษามีอิทธิพลโดยตรงในการสร้างเสริมการรับรู้อันจะก่อให้เกิดการเลือกที่จะประกอบอาชีพอิสระส่วนในการเลือกกิจการที่จะเข้าสู่การประกอบอาชีพอิสระนั้นมาจากอาชีพเดิมของครอบครัวและตามความต้องการของตนเอง ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพอิสระนั้นผู้เข้าสู่อาชีพโดยการทำกิจการของครอบครัวนั้นไม่พบปัญหาและอุปสรรค เพราะเหตุว่าได้ช่วยครอบครัวมาหลายปีจนรู้สึกเป็นกิจวัตร (วชิร โอภิชากร, 2541)

ประเด็นที่ 4 ปัจจัยทางการกระทำ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีลักษณะด้านการกระทำ คือ ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องมีการฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่างๆ อยู่เสมอจะทำให้เรามีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล อาจจะเป็นการตั้งคำถามกับทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวกระตือรือร้นกับเหตุการณ์ต่าง ๆ แล้วคิดวิเคราะห์ให้เป็นนิสัย การฝึกหัดขายของโดยวิธีการซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) เป็นการสร้างพื้นฐานที่ดีของการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ลองลงทุนทำสินค้าหรือรับซื้อสินค้ามาขายต่อ ทำกิจการซื้อขายจริง ๆ แล้วจะรู้ถึงรายละเอียดในการติดต่อ การพูดคุยกัยลูกค้า หาช่องทาง การขายเพิ่ม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ดีของคนที่จะเป็นผู้ประกอบการ การติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจอยู่เสมอจะทำให้มองเห็นโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น (ชินขวัญ บุญทวี, 2549) ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จซึ่ง Bandura เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเอง เนื่องจากว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง ความสำเร็จทำให้เพิ่มความสามารถของตนเอง บุคคลจะเชื่อว่าเขาสามารถที่จะทำได้ ดังนั้น ใน การที่จะพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น จำเป็นที่จะต้องฝึกให้เขามีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จได้พร้อม ๆ กับการทำให้เขารู้ว่า เขามีความสามารถจะกระทำเช่นนั้น จะทำให้เขาใช้ทักษะที่ได้รับการฝึกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด บุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถนั้น จะไม่ยอมแพ้อะไรง่าย ๆ แต่จะพยายามทำงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ (Bandura, 1977 อ้างใน ทิพย์วัลย์ สุทิน, ออนไลน์, ม.ป.ป.) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bliar (1997) พบว่า ผู้ที่ได้รับการอบรมและฝึก

ทักษะและได้ทำงานที่ยากจะทำให้มีความเชื่อในสมรรถภาพของตนเองสูงและมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานสูงด้วย อีกทั้งประสบการณ์เป็นแรงผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการได้ อีกทั้งสภาพแวดล้อมในแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะช่วยเพิ่มพูนทักษะในการทำงานให้กับบุคคลนั้นด้วย (Gibb and Ritchie, 1982)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แบบดิสคริมิแนนต์จะได้สมการดังต่อไปนี้

$Y = -14.922 + 1.128X_1 + 1.350X_2 + 1.254X_3$ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการโดยพื้นฐานทางสังคมนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกโดยที่คนที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกก็จะมีปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการกระทำ และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ สูงขึ้น (เป็นบวก) จึงจะทำให้ค่า Y ที่ได้ออกมาเป็นบวก ซึ่งแสดงว่าบุคคลนั้นมีแนวโน้มในการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้ ปัจจัยทางการกระทำมีส่วนทำนายการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในสมการแบบดิสคริมิแนนต์ ร้อยละ 83.9 รองลงมาคือปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ คิดเป็นร้อยละ 80.20 และ 70.39 ตามลำดับ ซึ่งจากผลที่ได้จากการวิเคราะห์สมการแบบดิสคริมิแนนต์ แสดงให้เห็นว่า สำหรับนักเรียนนักศึกษาควรทำกิจกรรมที่ส่งเสริมความสามารถด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากความสามารถทางวิชาการ เช่น การร่วมกิจกรรมชมรม เป็นประธานหรือเหรียญก เป็นต้น ซึ่งหลักสำคัญในการทำธุรกิจนั้น เริ่มต้นจากความคิดเป็นสำคัญ ดังนั้นคนที่มีความคิดทางธุรกิจดี ๆ จึงเป็นการดีหากจะฝึกคิดเพื่อเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่นั้น ๆ เพื่อส่งเสริมประสบการณ์เพิ่มพูนความคิดโดยวิธีคิดและแก้ปัญหาทางธุรกิจล่วงหน้า (ชื่นขวัญ บุญทวี, 2549)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกศึกษาถึงศักยภาพและปัจจัยในด้านต่าง ๆ ของการคิดและการริเริ่มเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในด้านต่าง ๆ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและข้อมูลสรุปที่เป็นแนวทางในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษาที่มีพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทางคณิตศาสตร์ (คณิต ไช่มุกด์, 2547) จากประชากรจำนวน 7,346 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 คน และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากขั้นตอนการเก็บข้อมูล จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 380 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการแบ่งประชากรที่ศึกษาออกเป็นกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแต่ละกลุ่มมีลักษณะคล้ายกันอยู่ และคำนวณหาสัดส่วน (Proportional Random Sampling) แต่ละมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กับกลุ่มของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีสุดท้ายในระดับอุดมศึกษา โดยมีพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 380 คน ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ทรรศนะที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 5 ด้านการกระทำ ส่วนที่ 6 แนวโน้มการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้วิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้าน

สิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการกระทำ และปัจจัยด้านบุคลิกภาพกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product - Moment Correlation Coefficient) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ($\alpha=0.01$) และการวิเคราะห์สมการแบบดิสคริมิแนนต์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การสรุปผลของปัญหาและอุปสรรคตลอดจนแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการค้าปลีกได้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ทางผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมายจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 365 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลดังต่อไปนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 60.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.18 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มี อายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.40 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ทุกคนมีเชื้อชาติไทย กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 20.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.55, 15.62 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.99 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด บิดามีอาชีพ เป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 33.97 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.64, 13.70 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ ในขณะที่อาชีพของมารดาส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 31.23 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ รับราชการ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 17.81, 15.34 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.62 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และมีเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 44.11 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การประกอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 55.62 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด โดยที่อาชีพหรืองานพิเศษที่เคยทำระหว่างเรียนคือ เป็นพนักงานชั่วคราว (Part time) คิดเป็นร้อยละ 29.04 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ รับจ้าง ค้าขาย และงานบริการ คิดเป็นร้อยละ 12.05, 9.04 และ 4.38 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ โดยที่ผู้ที่ไม่ตอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของการคิดและการริเริ่มเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรที่จะมีศักยภาพในปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านจริยธรรมในการทำงาน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.59$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านจริยธรรมในการทำงานคือ อุปสรรคเป็นตัวส่งเสริมให้การทำธุรกิจได้หาวิธีจักปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ถ้าทำงานที่ไม่เคยมาก่อนจะศึกษางานนั้นอย่างละเอียดก่อนลงมือทำและมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตมากกว่าหวังผลกำไร

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความสำเร็จในงาน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.86$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านความสำเร็จในงาน คือ เมื่อเกิดความพึงพอใจในงานจะทำให้มีผลงานดีและเป็นที่ยอมรับ ส่วนหนึ่งของความพึงพอใจในงานมาจากการที่ได้เห็นความสำเร็จของชิ้นงาน มีความเชื่อว่าผลสำเร็จของงานเกิดขึ้นได้เพราะตัวเอง มิใช่เพราะโชคหรือดวง และจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ในการทำงานให้สำเร็จ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาความยุ่งยากเพียงใด

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความรู้ในงาน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.85$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านความรู้ในงาน คือ มีการแสวงหาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม คิดว่าตนเองเป็นคนขยันทำงานอย่างสม่ำเสมอและกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาหายาก ๆ ที่ผู้อื่นไม่ชอบทำ และชอบทำงานที่ยากและท้าทายใช้ทักษะสูงกว่าสิ่งที่ทำอยู่

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในด้านความเป็นผู้นำ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.64$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านความเป็นผู้นำ คือ ต้องการงานที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง เป็นผู้ที่คำปรึกษาหรือช่วยแก้ปัญหาให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อนฝูง สามารถพูดจาหวานล่อมให้ผู้อื่นทำตามความต้องการได้

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการมองหาโอกาส จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.88$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านการมองหาโอกาส คือ คิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมาก ถ้าศึกษาจริง คิดว่ายังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่สามารทำกำไรสูง แต่ยังไม่มีโอกาสและสถานการณ์ เอื้ออำนวยจะดำเนินธุรกิจตามช่องทางที่เห็นโอกาส และจะชอบพูดคุยปรึกษากับผู้มีความรู้หรือเพื่อนฝูงเกี่ยวกับการทำธุรกิจใหม่

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการควบคุมตนเอง จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.88$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีลักษณะด้านการควบคุมตนเอง คือ ยอมรับผลอันเกิดจากการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ของท่านไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใด ตนเองกล้าตัดสินใจทำอะไรลงไปเพราะเชื่อว่าทำได้แน่นอนถ้าได้ทำอะไรแล้วท่านจะพยายามทำให้ดีกว่าที่ผู้อื่นได้ทำไว้อยู่ก่อนแล้ว

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพในการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.54$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีลักษณะด้านการเป็นผู้ได้บังคับบัญชา คือ ต้องการความชื่นชมจากคนที่มีความอำนาจมากกว่า คิดว่าในการวางแผนงานต้องแน่ใจว่าเป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจมากกว่าต้องการ ชีวิตส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยอำนาจจากคนอื่น

การตัดสินใจกับปัจจัยบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จะมีค่าคะแนนเฉลี่ย ในด้านการมองหาโอกาส 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 ด้านการควบคุมตนเอง 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ด้านสำเร็จในงาน 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 ด้านความรู้ในงาน 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 สูงกว่าผู้ที่ตัดสินใจไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.98$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม คือ การมีส่วนร่วมในแต่ละช่วงของการประกอบกิจการของครอบครัวจะทำให้มีความเข้มแข็งและอดทน อีกทั้งเชื่อว่า ผู้ใหญ่อาบนำร้อนมาก่อนยังคงยึดถือได้ในปัจจุบัน และครอบครัวให้การสนับสนุนให้เลือกเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเป็นลูกจ้าง ครอบครัวสอนให้ท่านได้รู้จักการทำงานมาตั้งแต่เด็ก

ปัจจัยทางการกระทำจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.05$) และเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะมีลักษณะด้านการกระทำ คือ ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งที่ใช้อยู่เป็นประจำของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องมีการฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอจะทำให้เรามีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์หรืออย่างมีเหตุผลผลการฝึกหัดขายของโดยวิธีการซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) เป็นการสร้างพื้นฐานที่ดีของการเป็นผู้ประกอบการ การติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจอยู่เสมอจะทำให้มองเห็นโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จากการศึกษาสามารถแยกปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกโดยการประยุกต์แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการของ Vadim Kotelnikov (ออนไลน์) ได้ทำการสรุปปัจจัยสำหรับผู้ประกอบการแบ่งเป็น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางการกระทำ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยทางการกระทำมีส่วนทำนายนายการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในสมการแบบดิสดริมิแนนต์ร้อยละ 83.9 รองลงมาคือปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ คิดเป็นร้อยละ 80.20 และ 70.39 ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

จากงานวิจัยจะเห็นว่า ปัจจัยทางด้านการกระทำ มีผลกระทบต่อการทำนายการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมากที่สุดร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ 80.20, 70.39 ตามลำดับ ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจไม่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก คือยังขาดประสบการณ์และความรู้ไม่พอ อีกทั้งการสร้างผู้ประกอบการเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานของการคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการให้กับกลุ่มนักศึกษา ทางสถาบันการศึกษาอาจจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปทำการวางแผนเพื่อจัดทำองค์ความรู้และจัดทำหลักสูตรให้นักศึกษาได้เรียนรู้และสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการให้มีการเรียนรู้จากการคิดและปฏิบัติจริงนอกเหนือจากความสามารถทางวิชาการ เพื่อส่งเสริมประสบการณ์เพิ่มพูนวิธีการคิด และแก้ไขปัญหา เช่น เริ่มจากในห้องเรียนการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม ให้รู้จักการทำงานร่วมกับเพื่อนใหม่ ๆ รู้จักการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คน และเรียนรู้การทำงานเป็นทีมซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการความสามารถของคนในทีมอย่างเหมาะสมจึงจะทำให้เกิดผลงานที่ดี รวมถึงการฝึกทักษะให้มีการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล ฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างพื้นฐานในการมองหาโอกาสทางธุรกิจ หรือการส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น กิจกรรมชมรม ทำกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เป็นต้น และจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการจัดตั้งโครงการหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้จริงและดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ หน่วยงานดังกล่าวจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในสถานศึกษามีการจัดอบรมเพื่อสร้างแรงกระตุ้นอย่างต่อเนื่องและเปิดโอกาสให้นักศึกษาฝึกฝนการประกอบธุรกิจจริงก็จะช่วยให้นักศึกษามีประสบการณ์ที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น เช่น ฝึกหัดค้าขายซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) การออกร้านในงานต่าง ๆ เป็นต้น รวมถึงต้องได้รับส่งเสริมและสนับสนุนจากทางครอบครัวให้เป็นผู้ประกอบการ การเลี้ยงดูให้มีส่วนร่วมกับการทำกิจกรรมของครอบครัวให้ฝึกคิด ฝึกทักษะ สร้างความเป็นผู้นำ อันจะช่วยส่งผลถึงการสร้างบุคลิกภาพในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา ก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้ในอนาคต

5.2.2 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากผลการศึกษาและข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาต่อไปและให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. ผู้ที่สนใจอาจศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ การร้านค้าปลีกนอกเหนือจากปัจจัย ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการกระทำ และด้านบุคลิกภาพ ที่ได้ศึกษาแล้ว อาจจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในแต่ละช่วงของการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ตั้งแต่ช่วงของการเริ่มต้น จนถึงช่วงของการดำเนินธุรกิจไปได้สักระยะเพื่อจะได้ทราบว่าจากการเริ่มต้น และเมื่อดำเนินธุรกิจแล้วปัจจัยใดที่มีการเปลี่ยนแปลงบ้าง เป็นต้น

2. เนื่องจากในการศึกษาวิจัยนี้เป็นการเลือกพื้นที่เป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง คือ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีสุดท้าย ระดับอุดมศึกษา ซึ่งผู้ที่สนใจอาจจะมีการพัฒนาเปลี่ยนพื้นที่เป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้นนอกเหนือจากที่ได้ทำการศึกษาแล้ว เช่น อาจจะมีการเลือกพื้นที่เป้าหมายในทุกภาคของประเทศไทย ภาคละ 1 - 3 จังหวัด และกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มของผู้ว่างงาน พนักงานบริษัท เจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งอาจมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการได้ และจะทำให้ได้สมการที่เป็นมาตรฐานสามารถพยากรณ์การตัดสินใจได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้นเนื่องมาจากในแต่ละพื้นที่จะมีสภาพของสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันด้วย

3. ผู้สนใจอาจจะทำการศึกษาต่อเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการติดตามผลของการดำเนินงานในกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ของทางภาครัฐบาลที่เป็นโครงการเพื่อสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ เช่น โครงการหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) โครงการอบรมผู้ประกอบการใหม่ (NEC) เป็นต้น ซึ่งเป็นการติดตามผลโครงการที่จัดตั้งขึ้นสามารถที่จะสร้างผู้ประกอบการได้ผลตรงตามที่ต้องการหรือไม่ และผู้ที่ผ่านการอบรมสามารถสร้างธุรกิจของตนเองและประสบปัญหาในการจัดตั้งและทำธุรกิจอย่างไร

4. ผู้สนใจอาจจะทำการศึกษาในการศึกษาการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการกับกิจการประเภทอื่นที่นอกเหนือจากการค้าปลีก เช่น กิจการผลิต กิจการการจัดจำหน่าย หรือการบริการ เป็นต้น ซึ่งอาจจะนำมาเปรียบเทียบในหัวข้อของการคิดริเริ่มเป็นผู้ประกอบการว่าในแต่ละกลุ่มธุรกิจมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน ในลักษณะใดบ้าง เป็นต้น

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดอบรมเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ให้กับกลุ่มผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด ฉะนั้นควรเน้นให้มีการคัดเลือกบุคคลเข้าร่วมอบรมในแต่ละหลักสูตร เพื่อให้ได้ผู้ที่มีความสนใจและมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง โดยอาจมีการสร้างแบบวัดเพื่อทดสอบความตั้งใจและปัจจัยในด้านต่าง ๆ ของผู้ที่เข้าอบรม รวมทั้งการสอบข้อเขียนและสัมภาษณ์ซึ่งจะทำให้ได้ผู้ที่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการจริง รวมถึงเงินสนับสนุนโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ที่ทางภาครัฐบาลให้การสนับสนุนก็จะเกิดประโยชน์สูงสุดเช่นกัน

6. ทางสถาบันการเงินอาจนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ในเรื่องของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการใช้ประกอบการตัดสินใจให้เงินกู้สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เจ้าของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะปัจจุบันมักจะมองเรื่องของความเป็นไปได้ทางการเงินแต่ถ้านำปัจจัย นี้มาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก็จะทำให้การตัดสินใจให้เงินทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณิต ไช่มุกด์. (2547). **สถิติพื้นฐาน**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี : บริษัท สำนักพิมพ์ น้ำฝน จำกัด.
- แคทลียา ท้วมประดม. (2549). **คิดใหญ่ แล้วไปให้ถึง**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ .
- ชลยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2539). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่ายและ
การบริการ**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูติระ ระบอบ. (2548). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตทางด้านบริหาร
ธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชื่นขวัญ บุญทวี. (2549). **Rich at young** รวยก่อน 30. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.
- ณัฐยา สินตระการผล. (2549). **คัมภีร์เจ้าของธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ชรรวมผลการพิมพ์.
- ณัฐยา ผดุงถิ่น. (2548). **การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้พื้นที่และ
บริการจากนิคมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการSMEsจากศูนย์บ่มเพาะ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพย์วัลย์ สุทิน (ออนไลน์) ได้จาก :
<http://webhost.wu.ac.th/stipawan/index/chapter/chapter3/index.html>.
- นพมาศ อึ้งพระ. (2546). **ทฤษฎีบุคลิกภาพและการปรับตัว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2546). **ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Leadership and Strategic Leaders)**.
กรุงเทพฯ : บริษัท เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส จำกัด.
- แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย(พ.ศ. 2545-2549)(ร่าง) (ออนไลน์)
ได้จาก : <http://www.sme.go.th/DesktopPage.aspx?pid=35&tabid=2406>
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549. **สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**.
- สุสติ รุมาคม . (2540). **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซนเตอร์.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2542). **การประกอบอาชีพส่วนตัวของบัณฑิตสาขาสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์**. วารสารคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม - ธันวาคม. หน้า 24-32

- มนตรี ฐิโรไทย. (2546). รูปแบบการบริหารและการจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการผู้ประกอบการ
การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ของ
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนทกานต์ เมฆรา. (2546). ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (จิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์กร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior). กรุงเทพฯ.
- วรรณ เต็มสิริพจน์. (2533). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบธุรกิจส่วนตัวของผู้ประกอบการสตรีใน
ธุรกิจขนาดเล็ก : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และ
มนุษยวิทยา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิร โอภิชากร. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกประกอบอาชีพอิสระและการรับรู้ถึง
ประสิทธิภาพแห่งตนต่อการประกอบอาชีพอิสระของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
(ปวช.). วิทยานิพนธ์คฤภีร์บัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- วารณี เวสสุนทรเทพ. (2542). ต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมของพนักงานตงงานจาก 56
งานวิจัย. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- วินิจ วีรยางกูร. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ม. ป. พ., (2532).
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2548). การวิเคราะห์พหุระดับ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, เกรียงไกร ชำนาญไพศาล, สุพาดา สิริกุดตา, พิมพ์ หิรัญกิตติ และ
ชูชาติ มีจินดา. (2546). การบริหารการค้าปลีก (Retailing Management). กรุงเทพฯ :
บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, งามใจ ปทะวานิช, ปริญ ลักษิตานนท์, สุพีร์ ลี้มไทย. (2543).
หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศูนย์ศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2549. โครงการบ่มเพาะธุรกิจ
“เก้าแก้ววิัยทิน”. (ออนไลน์) ได้จาก www.utcc.ac.th/smec/ppt/intro.doc.
- สุกรี แก้วมณี . (2539). ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ คณะ
วิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พริ้นติ้ง.

- สุภาภรณ์ ขาวสวย. (2546). **ทัศนคติของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเป็นผู้ประกอบการ**.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สาธิต สีนสาธิตชัย. (2547). **การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2549. (ออนไลน์). ได้จาก www.ismed.or.th
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2549. (ออนไลน์) ได้จาก [http:// service.nso.go.th/nso/data/data23/date23_9.html](http://service.nso.go.th/nso/data/data23/date23_9.html)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี. (2549). **รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จำแนกตามภาค และจังหวัด พ.ศ. 2544 – 2548.**
- อรนุช ฐรีสังข์ อิทพิล. (2545). **ของปัจจัยทางครอบครัวและการอบรมเลี้ยงดูที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.** ปรินญาวิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ออสบอร์น, แอลเฟร็ด อี. (2548). **คัมภีร์เจ้าของกิจการ.** กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- อัจฉรา สุขารมณ. (2536). **การศึกษาองค์ประกอบทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกงานของนิสิตระดับปรินญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.**
- อำนาจ เลิศขันธ์. (2545). **สถิติขั้นสูง.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศิลปะสนองการพิมพ์.
- Blair, D.A. (1997). **Factors affecting the transfer of training based an the opportunity to perform trained tasks.** Dissertation Abstracts International, 58(6), 2113.
- Chell, E. (1986). **The entrepreneurial personality: a review and some theoretical developments,** in Curran, J., Stanworth, J. and Watkins, D. (Eds), The Survival of the Small Firms, Vol. 1 of The Economics of Survival and Entrepreneurship, Gower, Aldershot.
- Gibb, A. and Ritchie, J. (1982). **Understanding the process of starting small business”.** International Small business Journal. Vol. 1 No.1.
- Hannu Littunen. (2000). **Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality.** International Journal of Entrepreneurial Behavior & Resarch. Vol 6. No 6.

Holland, John L. (1973). **Making Vocational Choice : A Theory o Career**. New Jersey : Prentice-Hall.

Luzzo, D.A. (1993). **Value of career decision-making self efficacy in predicting career decision-making attitudes and skill**. Journal of Counseling Psychology.

O.C. Ferrell, Geoffrey Hirt. (2546). **ธุรกิจเบื้องต้น - Business : A Changing world, 4ED**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ที่อป จำกัด.

Raymond W.Y.Kao, Tan Wee Ling. (2001). **Entrepreneurship and Enterprise Development**. Singapore.

Robert D. Hisrich. Michael P. Peter and Dean A. Shepherd. (2005). **Entrepreneurship** (6thed). New York : Mc Graw-Hill.

Ron Hasty and James Reardon. (1997). **Retail Management**. United State of America. McGraw-Hill Companies.

Rosemary Varley and Mohammed Rafiq. (2004). **Principles of Retail Management**, China.

Vadim Kotelnikov (Online) from,

http://www.1000ventures.com/business_guide/crosscuttings/entrepreneur_main.html.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเลขที่

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จึงใคร่ขอความกรุณาท่านช่วยตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ในการทำวิจัย แบบสอบถามและข้อมูลที่ท่านตอบมีความสำคัญอย่างมากในการวิเคราะห์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับสถานศึกษาได้นำไปใช้สำหรับการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตบัณฑิต การบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการใหม่

ดังนั้น จึงขอความอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามตามความคิดของท่าน อย่างเป็นอิสระและเป็นความจริงที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะไม่ส่งผลเสียหายต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายอนิรุท พิพัฒน์ประภา)

ผู้ทำการวิจัย

คำแนะนำ แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ทักษะคิดที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
- ส่วนที่ 5 ด้านการกระทำ
- ส่วนที่ 6 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ

คำนิยาม

การบ่มเพาะ หมายถึง การสร้างองค์ความรู้อย่างเป็นระบบในการสนับสนุนและพัฒนาบัณฑิต เพื่อสามารถเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้

การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยที่ผู้ทำการค้าปลีกเรียกว่า ผู้ค้าปลีก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าตัวเลือกที่เป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. เชื้อชาติ ไทย จีน อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. คณะที่กำลังศึกษา

<input type="checkbox"/> คณะครุศาสตร์	<input type="checkbox"/> คณะวิศวกรรมศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	<input type="checkbox"/> คณะศึกษาศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	<input type="checkbox"/> คณะสังคมศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะวิทยาการจัดการ	<input type="checkbox"/> คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	<input type="checkbox"/> คณะเกษตรศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะศิลปศาสตร์	<input type="checkbox"/> คณะแพทยศาสตร์
<input type="checkbox"/> คณะบริหารธุรกิจ	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน (ต่อเดือน)

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป

6. อาชีพบิดา

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร | <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

7. อาชีพมารดา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร | <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

8. ท่านมีเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือไม่

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|

9. ในระหว่างที่ท่านศึกษา ท่านเคยประกอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียนหรือไม่

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|

10. ถ้าเคย อาชีพอะไรที่ท่านเคยทำหรือหารายได้พิเศษระหว่างเรียน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รับจ้าง | <input type="checkbox"/> ค้าขาย เช่น ขายปลีกซื้อมาขายไป |
| <input type="checkbox"/> งานบริการ เช่น รับพิมพ์งาน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> เป็นพนักงานชั่วคราว (Part time) | |

ส่วนที่ 2 ทักษะที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับทัศนคติ				
	สูง	ค่อนข้างสูง	ปานกลาง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำ
1. การเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกเปิดโอกาสให้ท่านใช้ความสามารถของตัวเองได้อย่างเต็มที่					
2. การค้าปลีกเป็นทางเลือกหนึ่งที่ย่างต่อการเริ่มต้นทำธุรกิจ					
3. มีทางเลือกรูปแบบของการค้าปลีกได้หลายทาง เช่น เฟรนไชส์ ซื้อมาขายไป					
4. ใช้เงินลงทุนในการก่อตั้งต่ำ					
5. ช่วยแก้ไขปัญหาคาร่างงานได้					
6. จะต้องพบปะกับบุคคล/ลูกค้าต่าง ๆ จำนวนมาก					
7. การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง					
8. เป็นธุรกิจที่ไม่ได้ขึ้นกับผู้ขายสินค้ารายใดรายหนึ่ง หรือลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง					
9. มีผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการค้าปลีกง่าย					
10. มีโอกาสเติบโตได้ในอนาคตจากความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ที่มีนวัตกรรมใหม่เสมอ					
11. การค้าปลีกสามารถหาสินค้าได้ง่ายในการขยายกิจการ					
12. เสี่ยงภัยในอัตราต่ำเพราะเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก					
13. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่ทำลายความสามารถ					
14. การค้าปลีกเป็นอาชีพที่มีโอกาสทำใ้ร่ำรวยมากกว่าเป็นลูกจ้าง					
15. การเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องมีความอดทนต่อความยากลำบากมากกว่าการเป็นลูกจ้าง					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยที่เป็นแรงแรงใจที่ต้องการไปสู่ความสำเร็จ (Achievement Motivation) - ด้านจริยธรรมในการทำงาน (Work Ethic)					
1. ท่านมีความอดทนต่อการทำงานหนักได้					
2. ในเรื่องของธุรกิจ ท่านมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตมากกว่าหวังผลกำไร					
3. ท่านเชื่อในความคิดที่ว่ามีสิ่งใหม่หรือวิธีการที่ดีกว่าเสมอในการทำงานหรือแก้ไขปัญหา					
4. ถ้าท่านทำงานที่ท่านไม่เคยมาก่อนท่านจะศึกษางานนั้นอย่างละเอียดก่อนลงมือทำ					
5. ท่านมีใจมุ่งมั่นที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายจนกว่าจะสำเร็จ แม้ว่างานนั้นจะน่าเบื่อหน่ายก็ตาม					
6. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคจะเป็นตัวส่งเสริมให้การทำธุรกิจได้ หากรู้จักปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม					
7. การคิดหรือปรับปรุงสิ่งใหม่เป็นเรื่องยากสำหรับท่าน					
8. ท่านมีความคิดว่าสิ่งที่ทำอยู่คืออยู่แล้วไม่เห็นต้องคิดอะไรอีก					
- ด้านความสำเร็จในงาน (Pursuit of Excellence)					
9. ความสำเร็จของงานเกิดขึ้นได้เพราะตัวท่าน มิใช่เพราะโชคหรือกลาง					
10. ท่านคิดว่าประสิทธิภาพของท่านเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ					
11. ท่านยังคงสนใจงานที่สามารถทำกำไรสูง แม้ว่างานนั้นจะจำเจและไม่ท้าทาย					
12. ท่านจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ในการทำงานให้สำเร็จ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาความยุ่งยากเพียงใด					

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13. ความล้มเหลวไม่อาจทำให้ท่านย่อท้อแต่กลับสร้างคามมานะพยายามให้กับท่าน					
14. เมื่อเกิดความพึงพอใจในงานจะทำให้มีผลงานดีและเป็นที่ยอมรับ					
15. ส่วนหนึ่งของความพึงพอใจในงานมาจากการที่ได้เห็นความสำเร็จของชิ้นงาน					
16. ท่านมักจะไปบนบานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยเหลือให้ทำงานสำเร็จลุล่วง					
17. วิธีทำงานใดให้ผลเป็นที่พอใจ ท่านจะใช้วิธีนั้นต่อไปนาน ๆ					
18. ท่านมีความเชื่อว่างานที่ท่านจะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับพรหมลิขิตหรือโชคชะตา					
- ด้านความรู้ในงาน (Mastery)					
19. ท่านชอบทำงานที่ยากและท้าทายใช้ทักษะสูงกว่าสิ่งที่ทำอยู่					
20. ท่านแสวงหาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม					
21. ท่านเป็นคนขยันทำงานอย่างสม่ำเสมอและกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาทุก ๆ ที่ผู้อื่นไม่ชอบ					
22. ท่านหมดความพยายามอย่างรวดเร็วเมื่อรู้ว่าสิ่งที่ทำอยู่นั้นผิด					
23. ท่านชอบเกมส์สนุกๆ มากกว่าเกมส์ที่ยากๆ					
- ด้านความเป็นผู้นำ (Dominance)					
24. ท่านเป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือช่วยแก้ปัญหาให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อนฝูง					
25. ส่วนใหญ่ท่านเป็นผู้ริเริ่มชักชวนผู้อื่นร่วมกันทำสิ่งต่าง ๆ					
26. ท่านต้องการงานที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง					
27. ท่านสามารถพูดจาหว่านล้อมให้ผู้อื่นทำตามความต้องการได้					
28. ท่านมั่นใจในการตัดสินใจของตนเองเสมอ					
29. ท่านมักจะเลี่ยงการเป็นหัวหน้าคน					
30. ท่านไม่ชอบทำงานในลักษณะทำงานคนเดียว					

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
31.ท่านคิดว่า ความคิดที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ เป็นความคิดของคนไม่มีอะไรทำ					
- การมองหาโอกาส (Change)					
32.ท่านมองเห็นโอกาสในธุรกิจใหม่					
33.เมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ เอื้ออำนวยท่านจะ ดำเนินธุรกิจตามช่องทางที่ท่านเห็นโอกาส					
34.ท่านคิดว่าช่องทางในการทำธุรกิจยังมีอีกมาก ถ้าทำการศึกษาจริง					
35.ท่านคิดว่าโอกาสทางธุรกิจขึ้นอยู่กับโชคชะตา ว่าจะดีหรือไม่ดี					
36.ท่านคิดว่ายังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่สามารรถทำ กำไรสูง แต่ยังไม่มีโอกาสทำ					
37.ท่านชอบคิดสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ					
38.ท่านชอบพูดคุยปรึกษาหารือกับผู้มีความรู้หรือ เพื่อนฝูงเกี่ยวกับการทำธุรกิจใหม่					
39.ท่านชอบที่จะเสี่ยงมากกว่ารอโชคชะตา					
- การควบคุมตนเอง (Internal)					
40. ถ้าท่านทำผิดพลาดในสิ่งใด ท่านจะไม่วิตก กังวลมากนัก แต่จะหาทางแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นจน สำเร็จ					
41.ท่านมีความรอบคอบในการใช้เงิน					
42.ท่านยอมรับผลอันเกิดจากการตัดสินใจหรือ การกระทำใด ๆ ของท่านไม่ว่าจะออกมาใน รูปแบบใด					
43.ถ้าท่านได้ทำสิ่งใดแล้วท่านจะพยายามทำให้ ดีกว่าที่ผู้อื่นได้ทำไว้ก่อนแล้ว					
44.ท่านกล้าตัดสินใจทำอะไรลงไปเพราะเชื่อว่าทำ ได้แน่นอน					
- การชอบเป็นผู้ได้บังคับบัญชา (Powerful of Others)					
45.ท่านต้องการความชื่นชมจากคนที่มีความ มากกว่าท่าน					
46.ในชีวิตของท่านส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดย อำนาจจากคนอื่น					

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
47. ในการวางแผนงานของท่าน ท่านต้องแน่ใจว่า เป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจมากกว่าต้องการ					
48. ท่านชอบให้สิ่งที่เกิดในชีวิตท่านส่วนใหญ่ถูก กำหนดโดยผู้มีอำนาจ					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment factors)

เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ครอบครัวของท่านให้การสนับสนุนให้ท่าน เลือกเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเป็นลูกจ้าง					
2. บุคคลในครอบครัวของท่านมักบอกเสมอว่า การเป็นผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการเองสามารถ ช่วยสร้างฐานะให้กับตัวเองได้					
3. ครอบครัวของท่านสอนให้ท่านได้รู้จักการ ทำงานมาตั้งแต่เด็ก					
4. ฐานะของครอบครัวทำให้ท่านต้องเริ่มออก ทำงานเพื่อหาเงินมาใช้จ่าย					
5. ทางครอบครัวของท่านยินดีที่จะให้ความ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับท่านในการ ประกอบธุรกิจ					
6. หากครอบครัวใดมีผู้ปกครองเป็น ผู้ประกอบการอยู่มีแนวโน้มว่าบุคคลนั้นจะเป็น ผู้ประกอบการ					
7. การมีส่วนร่วมในแต่ละช่วงของการประกอบ กิจการของครอบครัวจะทำให้ผู้ประกอบการมี ความเข้มแข็งและอดทน					
8. การตัดสินใจโดยที่มีบุคคลในครอบครัวคอย ชี้นำจะช่วยสร้างความมั่นใจในการเป็น ผู้ประกอบการได้มากขึ้น					
9. คำพูดที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน ยังคงยึดถือ ได้ในปัจจุบัน					
10. ครอบครัวมีการเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยทำ ให้เป็นคนที่กำลังคิด กล้าแสดงออก					

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการกระทำ (Action factors)

เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งที่ใช้อยู่เป็นประจำของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องมี					
2. หลักสูตรและเนื้อหาวิชาที่ศึกษา สามารถเสริมความรู้และความมั่นใจแก่นักศึกษาในการที่จะออกไปเป็นผู้ประกอบการ					
3. ทักษะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกคือทักษะด้านการคิดคำนวณ					
4. การฝึกทำงานเป็นกลุ่ม ไม่ควรอยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิทไปทุกครั้งจะช่วยเสริมสร้างทักษะด้านการจัดการและด้านการสร้างมนุษยสัมพันธ์					
5. การจัดสรรเวลาเพื่อทำงานนอกเวลา หรือสมัครเป็นนักศึกษาฝึกงานจะช่วยทำให้รู้จักเรื่องคนซึ่งจะเป็นประโยชน์เมื่อทำธุรกิจ					
6. การติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจอยู่เสมอจะทำให้มองเห็นโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น					
7. การฝึกสังเกตและตั้งคำถามกับเหตุการณ์ต่างๆ อยู่เสมอ จะทำให้เรามีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล					
8. การเพิ่มพูนความรู้จากการอบรม สัมมนาทางวิชาการเพิ่มเติมจะทำให้มีความรู้ในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกของเรามากขึ้น					
9. การฝึกหัดขายของโดยวิธีการซื้อมาขายไป (ค้าปลีก) เป็นการสร้างพื้นฐานที่ดีของการเป็นผู้ประกอบการ					

ส่วนที่ 6 แนวโน้มการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบที่นักศึกษาเลือก

1. ท่านคิดว่าเมื่อท่านสำเร็จการศึกษาแล้วท่านมีความความตั้งใจที่จะตัดสินใจเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกของตนเองอย่างไร (ให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ขณะนี้มีร้านค้าปลีกของตนเองอยู่แล้วและจะทำต่อไป
- จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกของตนเองหลังจากที่จบการศึกษาเร็วที่สุดภายใน 1 ปี
- จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกของตนเองหลังจากที่จบการศึกษาภายใน 2-3 ปี
- จะเริ่มทำธุรกิจร้านค้าปลีกของตนเองหลังจากที่จบการศึกษาภายใน 5 ปี
- อาจจะเริ่มต้นที่ธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ค้าปลีก (ให้ข้ามไปทำ ข้อ 3)
- ไม่แน่ใจ/อาจจะไม่เป็นผู้ประกอบการ (ให้ข้ามไปทำ ข้อ 2)
- ไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน (ให้ข้ามไปทำ ข้อ 2)

2. ถ้าไม่สนใจเป็นเพราะเหตุใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- กลัวขาดทุน
- ไม่ชอบความเสี่ยงเพราะกลัวความล้มเหลว
- ยังขาดประสบการณ์ และไม่มีความรู้เพียงพอที่จะทำธุรกิจเองได้
- ไม่มีความมั่นคง มีคู่แข่งจำนวนมาก
- ไม่มีเวลาเป็นส่วนตัวและไม่มีเวลาให้ครอบครัว
- ต้องมีความรับผิดชอบมาก
- ไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. หากท่านไม่สนใจเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท่านสนใจที่จะประกอบอาชีพใด

- ราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัท/ห้างร้าน/โรงงานอุตสาหกรรม
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ข้อเสนอแนะสิ่งใดที่ท่านต้องการให้ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล หรือข้อเสนอแนะ
อื่น ๆ อันจะก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ขึ้นในอนาคต

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....จบแบบสอบถาม.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลา
และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ประวัติผู้เขียน

นายอนิรุช พิพัฒน์ประภา เกิดเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2523 ณ จังหวัดนครราชสีมา จบระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ- การจัดการอุตสาหกรรม (เกียรตินิยม อันดับ 1) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มหาวิทยาลัยราชมงคลอีสาน ปัจจุบัน) ในปีการศึกษา 2547 และคณะเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ในปีการศึกษา 2548 และได้เข้าศึกษาต่อใน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ เมื่อปี พ.ศ. 2548 ปัจจุบันเป็นผู้รักษาการณ์ตำแหน่งหัวหน้าแผนกพัฒนาระบบ บริษัท เจ.เอช. อุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดนครราชสีมา และเจ้าของธุรกิจค้าปลีกร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป