



ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของคน GEN Y
The Decision Factor to be the Entrepreneur of Generation Y

โดย
นายสันต์พงศ์ สงวนพงษ์
5914180001

เสนอ
อาจารย์ ดร.ชาคริต สกกุลอิสริยาภรณ์

กระบวนวิชา BUS 7096 การค้นคว้าอิสระ (Independent Study)
รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รุ่นที่ 7
ปีการศึกษา 2560
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของคน GEN Y
The Decision Factor to be the Entrepreneur of Generation Y

นายสัณฑ์พงศ์ สงวนพงษ์

5914180001

การประเมินผลได้เกรด

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รุ่นที่ 7

ปีการศึกษา 2560

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของคน GEN Y
ผู้ศึกษาค้นคว้า	นายสันต์พงศ์ สงวนพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ชาคริต สกุลอิสริยาภรณ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ผู้ประกอบการยุคใหม่)
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจ เก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยวิธีการทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และการทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของ Gen Y

Title	The Decision Factor to be the Entrepreneur of Generation Y
Researcher	Sanpong Sanguanpong
Advisors	Chakrit Skulitsariyaporn Ph.D.
Degree	Master of Business Administration (Modern Entrepreneurs)
Major	Management
Academic year	2017

Abstract

This research study the factors that affect the likelihood of being entrepreneurs of generation Y (The Millennial) in Bangkok between March and April 2018. The factors apply in the study are personal characteristic such as gender, age, education level and income level, characteristics of being entrepreneurs and motivation factors. We collect the data by using questionnaire and analyze the gathered data by using basic statistic for example percentage, average and standard deviation. Moreover, we use simple regression analysis and multiple regression analysis to find a correlations of each factors and found that personal characteristics, characteristics of being entrepreneurs and motivation factors affect the likelihood of being entrepreneurs of generation Y in Bangkok.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.ชาคริต สกุลอิสริยาภรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขจุดผิดพลาด และข้อบกพร่องต่างๆ

ขอขอบพระคุณ ครอบครัว ที่ช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย รวมถึงคอยช่วยเหลือสนับสนุน ด้านกำลังใจและกำลังกายด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ และขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการทำวิจัย ขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้น ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัย

เมษายน 2561

สารบัญเนื้อหา

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์.....	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตัดสินใจ.....	14
2.3 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ.....	18
2.4 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ.....	29
2.5 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ.....	32
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	34
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย.....	34
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
3.4 สมมติฐานการวิจัย.....	37
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย.....	38
บทที่ 4 ผลของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	39
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics).....	39
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics).....	41
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	44
5.2 การอภิปรายผล.....	45
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	48

สารบัญเนื้อหา (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก.....	51
ภาคผนวก ก.....	52

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ Gen y โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale).....	34
2	ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ Gen y.....	35
3	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีระดับการวัดแบบ อันตรภาคชั้น (Interval Scale).....	35
4	ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ.....	35
5	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยสนับสนุน โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale).....	36
6	ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ.....	36
7	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen y โดยมีระดับการวัด แบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale).....	36
8	ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen y.....	37
9	จำนวนและคำร้อยละของข้อมูลลักษณะข้อมูลส่วนตัว ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	39
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	40
11	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยสนับสนุน.....	40
12	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ.....	41
13	เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยข้อมูลส่วนตัวด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อระดับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบของประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y จำแนก ตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	42
15	ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบประชากรศาสตร์ส่งผลต่อประสิทธิผล ของผู้ประกอบการ Gen Y แยกเป็นรายคู่ของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	42
16	ตารางแสดงความสัมพันธ์แบบความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis).....	42
17	ตารางแสดงความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis).....	43

สารบัญภาพ

.. ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	6

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

นับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่ พ.ศ. 2475 ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจหลายครั้ง นโยบายภาครัฐเป็นแนวทางสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ จากประเทศที่ค้าขายสินค้าเกษตรเป็นหลัก หรือ Thailand 1.0 สู่ Thailand 2.0 เป็นประเทศที่เน้นอุตสาหกรรมเบา ปรับเปลี่ยนไปสู่ Thailand 3.0 การเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงจากอุตสาหกรรมมา เป็นยุคอุตสาหกรรมนั้นเนื่องจากการเติบโตของประเทศก่อให้เกิดการนำเข้าสินค้าเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิด ภาวะการขาดดุลทางการค้า รัฐบาลจึงส่งเสริมให้ประเทศไทยปรับเปลี่ยนสู่ประเทศอุตสาหกรรมโดย เป้าหมายหลักในครั้งนั้นคือการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า จากการผลิตเพื่อนำเข้าก็เริ่มขยายสู่การผลิตเพื่อ การส่งออก ซึ่งเป็นยุคปัจจุบัน Thailand 3.0 เป็นยุคแห่งการหลั่งไหลเข้ามาของเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมของโลก ภาครัฐส่งเสริมการ ขยายตัวของภาคการผลิตอย่างเต็มที่ ทั้งทางด้านเงินทุนที่มีหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนต่าง ๆ และด้าน แรงงานที่ภาครัฐส่งเสริมให้สถานศึกษาผลิตแรงงานที่มีความจำเป็นต่อภาคอุตสาหกรรมออกมามาก อย่าง ต่อเนื่อง ทั้งแรงงานระดับปฏิบัติงานในโรงงานและแรงงานระดับบริหาร ในระยะนี้เองที่ประเทศไทย คาดหวังว่าจะสามารถกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ แบบเดียวกับประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮังกั ง และสิงคโปร์ ซึ่งดูเหมือนว่าทุกอย่างจะดำเนินไปได้ด้วยดี แต่ Thailand 3.0 เป็นการพัฒนาที่ไม่มีฐานรากที่ แข็งแรงของตนเอง เทคโนโลยีที่หลั่งไหลเข้ามาไม่มีกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ขาดความ เข้มแข็งในเรื่องทุนมนุษย์ ที่จะนำไปสู่กับสภาพแวดล้อมของประชาคมโลก การผลิตของไทยจึงอยู่ในรูปของ Economy of scale ทำเยอะแต่ได้น้อย จนมีคำพูดว่า ประเทศไทยติดอยู่ในกับดักประเทศรายได้ปานกลาง เราไม่สามารถที่จะขยับขึ้นไปแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ อาทิ อิตาลี ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ ในขณะเดียวกัน เราก็ไม่สามารถขยับลงมา แข่งกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนด้วยการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ ด้วยแรงงานจำนวนมากและราคาถูก อย่างจีนหรือเวียดนามได้ เราติดอยู่ตรงกลาง ที่เรียกว่า Stuck in the middle

โลกในยุคปัจจุบันเป็นโลกที่ไร้พรมแดนไร้ขอบเขต การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นในทุกภูมิภาค ยกตัวอย่างใกล้ตัวเช่นการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ที่เปิดโอกาสทางการค้า ขจัดอุปสรรคและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน แหล่งทุนจากต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทย เพราะระบบ เศรษฐกิจประเทศไทยเอื้อต่อการลงทุน ด้วยรากฐานที่รัฐบาลสร้างมาโดยเฉพาะเรื่องของแรงงานที่มีความรู้ แต่สิ่งเหล่านี้คือกับดักที่ย้อนกลับมาสู่ประเทศไทย เพราะการเป็นประเทศที่รับการลงทุนทำให้ประชากรที่มี คุณภาพกลายเป็นชนชั้นแรงงานในระบบเศรษฐกิจ เป็นผู้ปฏิบัติตามคำสั่งและเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีแต่ไม่ได้

เป็นเจ้าของเทคโนโลยีนั้น ประเทศไทยจึงมีสามารถขึ้นมาเป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจได้เพราะเป็นผู้รับมา โดยตลอด อีกทั้งปัจจัยภายนอกประเทศยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยนอกเหนือจากการเผชิญปัญหาการผลิตมากแต่ได้น้อยและ ประเทศไทยยังประสบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม ช่องว่างของรายได้และโอกาสของคนจนและคนรวยต่างออกมากขึ้น

รัฐบาลสมัยปัจจุบันเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้จึงกำหนดแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อเป็นกรอบให้รัฐบาลใช้ในการพัฒนาประเทศไปในทิศทางเดียวกัน โดยกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในการเตรียมความพร้อมเพื่อวางรากฐานของประเทศในระยะยาว และสร้าง model Thailand 4.0 เป็นต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศไทยพัฒนาเป็นประเทศในโลกที่ 1 เพื่อนำพาประเทศไทยสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดย Thailand 4.0 มีจุดมุ่งหมายให้คนไทยสามารถอยู่บนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจ มีความสามารถทางการค้าขาย สามารถเข้าถึงตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียน และตลาดโลก ทำให้มีรายได้สูงขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น และมีอนาคตที่สดใส โดยส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่พัฒนาตนเองเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งกลุ่มที่สำคัญก็คือกลุ่ม Generation Y ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2523 – 2540 อันเป็นกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันที่เกิดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี และเป็นกลุ่มที่ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงอายุ จึงเป็นประชากรรุ่นสำคัญที่จะเข้ามาพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

การส่งเสริมให้ประชากรในรุ่น Gen-Y เป็นผู้ประกอบการเห็นได้จากโครงการส่งเสริม Start up ของภาครัฐที่เสริมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีในการขับเคลื่อน เปลี่ยนจากการเป็นชนชั้นแรงงานสู่เจ้าของธุรกิจอันเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวหน้าต่อไป เพราะหากประชากรรุ่น Gen-Y ยังอยู่ในกลุ่มของผู้ใช้แรงงานนั้นหมายความว่า ประเทศไทยยังอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม ไม่สามารถก้าวข้ามไปสู่การเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจได้ เพราะในเรื่องของแรงงานในภาคการผลิตปัจจุบันประเทศไทยมีแรงงานต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมากซึ่งสามารถทดแทนในภาคนี้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นประชากรของประเทศไทยสมควรที่จะพัฒนาตนเองเพื่อเป็นเจ้าของธุรกิจและเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ

ปี 2560 ประชากรไทย 67 ล้านคน มีสัดส่วนโครงสร้างประชากรจะแบ่งเป็นกลุ่ม Greatest Gen (3 แสนคน) Silent Gen (5.4 ล้านคน) Baby Boomer (15 ล้านคน) Gen X (16.6 ล้านคน) Gen Y (19 ล้านคน) และ Gen Z (10.6 ล้านคน) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) โดยคนกลุ่มใหญ่ของประเทศคือ คน Gen Y ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 28% ของประชากรรวม และใน 10-20 ปีข้างหน้าจะทวีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะอยู่ในวัยที่กำลังเติบโตด้านหน้าที่การงาน และยังเป็นแรงงานกลุ่มใหญ่ของประเทศคิดเป็น 50%ของแรงงานทั้งระบบ (38 ล้านคน) ดังนั้น การศึกษากลุ่มคน Gen-Y จึงมีความน่าสนใจว่ามีปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของคน Gen-Y ที่มีต่อการประกอบอาชีพและส่งเสริมให้ประชากร Gen-Y มองเห็นความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถพัฒนาตนเองจนเป็นเจ้าของกิจการ อันเป็นผลดีในการส่งเสริมความต้องการประกอบอาชีพได้อย่างตรงจุด

อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการวางแผนแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศ โดยส่งเสริมการเติบโตของ SME

ประเทศไทยนับว่ามีที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมทั้งกายภาพและภูมิภาคเป็นภูมิประเทศที่เปิดมีการคมนาคมทั้งทางน้ำทางบกและอากาศครบทุกทาง เมื่อประเทศไทยเรามีทรัพยากรธรรมชาติที่พร้อมมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน แต่ประเทศไทยขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นเราจะใช้วิธีการใด เครื่องมือใด ทำให้ประเทศไทยพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของคนไทยให้มีคุณภาพศักยภาพของคนไทยมีคุณภาพเทียบเท่าหรือสูงกว่าประเทศที่เจริญแล้ว เพื่อเป็นโอกาสในการแข่งขันกับตลาดโลกได้ นำองค์ความรู้จากการพัฒนามาสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบภายในประเทศไทยมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบให้มีค่าสูงขึ้น แต่สินค้าส่งออกของประเทศไทยในปัจจุบันมักส่งออกแบบวัตถุดิบไม่ใช่ว่าผลิตภัณฑ์ที่พร้อมใช้ ทำให้ประเทศไทยเงินจากการส่งออกน้อยกว่าความน่าจะเป็น ดังนั้นรัฐบาลประเทศไทยจึงพยายามส่งเสริมให้คนไทยพัฒนาวัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศไทยนำไปต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีมูลค่ามากกว่าวัตถุดิบหลายเท่า นำรายได้เข้ามาสู่ประเทศไทยมากขึ้นและประเทศไทยจะได้ก้าวข้ามคำว่าประเทศกำลังพัฒนาเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วเหมือนประเทศในภูมิภาคเอเชียเช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือสิงคโปร์ เป็นต้น หากมองดูประเทศสิงคโปร์เป็นตัวอย่างเราจะเห็นว่า สิงคโปร์มีพื้นที่ขนาดเล็ก ทรัพยากรธรรมชาติมีน้อยจนถึงขาดแคลนแต่ประเทศสิงคโปร์มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและมีการสนับสนุนจากรัฐบาลสิงคโปร์ หากมองดูแล้วคนสิงคโปร์ส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจโดยใช้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและการสนับสนุนเงินทุนจากรัฐบาลสิงคโปร์ในการเป็นผู้ประกอบการ แล้วกลับมามองรัฐบาลประเทศไทยของเราว่ารัฐบาลประเทศไทยเริ่มส่งเสริมให้คนไทยเป็นผู้ประกอบการ โดยการส่งเสริม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการSME โครงการSTARTUP ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้คนไทยเป็นผู้ประกอบการ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือใครที่จะสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ และคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการไทยต้องมีคุณสมบัติใดบ้าง เพื่อสร้างจุดแข็งและลดจุดอ่อนของผู้ประกอบการไทย ผู้ประกอบการไทยมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย แต่ที่ผ่านมาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักเป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย โดยคนไทยเจ้าของประเทศจะเป็นเพียงแรงงานรับจ้าง ผลกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจก็จะตกอยู่กับผู้ประกอบการต่างประเทศ ประเทศไทยได้เพียงค่าภาษีเพียงเล็กน้อย เมื่อเจอปัญหานี้แล้วเราควรวางวิธีกำจัดจุดอ่อนข้อนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่ประเทศไทย ภาคอุตสาหกรรมประเทศไทยเป็นกลไกสำคัญในการนำพาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศที่มีรายได้สูง ทั้งนี้รัฐบาลไทยได้มีการพัฒนาในหลายด้านเพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพให้อุตสาหกรรมไทย คือการลดจุดอ่อน เสริมสร้างจุดแข็งหรือ Productivity 3 ด้าน คือ การยกระดับการผลิตภาพอุตสาหกรรมไทยโดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับผลิตภาพทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะรอบด้าน พัฒนาศักยภาพของปัจจัยแวดล้อมทั้งทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมบนพื้นฐานของประเทศไทยและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา วางรากฐาน

แข็งแรงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และกลุ่มด้านปัจจัยแวดล้อม (Enabling Factor)

กลุ่มด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) มี 4 ส่วน

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมอนาคตมี 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพลังงานทดแทน กลุ่มวัสดุสีเขียว เป็นมิตรกับธรรมชาติ กลุ่มสุขภาพ กลุ่มหลอมรวม เทคโนโลยี และกลุ่มยานยนต์
2. การพัฒนาเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน
3. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานบริการ
4. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลุ่มด้านปัจจัยแวดล้อม (Enabling Factor) มี 4 ด้าน

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
2. ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจดิจิทัล
3. การปรับปรุงกฎระเบียบหรือกฎหมายและการบริหารราชการแบบโปร่งใส
4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการสู่ระดับโลก และทั้งหมดนี้ภาคเอกชนต้องให้ความร่วมมือกับภาครัฐบาลด้วย

ปัญหาสำคัญที่เป็นจุดอ่อนของการเป็นผู้ประกอบการคนไทยน่าจะเป็นเรื่องของคน คนไทยรู้จักหน้าที่ของตนเองต่ำมาก การศึกษายังไม่ทันสมัย มองอนาคตไม่เป็น ไม่จริงจังในความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ไม่มีวินัย เป็นต้น เมื่อทราบถึงปัญหาจุดอ่อนของคนไทยแล้วเราต้องมีการเปลี่ยนแปลงความคิดปลูกฝังสิ่งใหม่ๆ ให้รู้จักความมีวินัย ตรงต่อเวลา รักษาคำพูด ทำงานเป็นขั้นตอนมีระบบ ทำงานเป็นทีม มีเหตุมีผล ยอมรับความจริง วางแผนอนาคตเป็น วางแผนป้องกันก่อนเกิดปัญหา มีเป้าหมายในชีวิต มีการฝึกอบรม เรียนรู้อย่างสม่ำเสมอในช่วงวัยทำงาน ปรับปรุงการศึกษาให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน สอนให้เด็กคิดเป็น แก้ปัญหาได้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ สอนและปลูกฝังให้เด็กมีระเบียบวินัย กล้าแสดงออกมีความมั่นใจในตัวเอง ให้เกียรติตัวเองและผู้อื่น และหากระบวนการพัฒนาที่เหมาะสมกับคนไทยทุกช่วงวัยเพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทันทีไม่ใช่ต้องรอคนรุ่นใหม่เท่านั้น เราต้องสามารถเปลี่ยนได้ตั้งแต่บัดนี้หากรอช้าจะไม่ทันการณ์ โดยการใช้นวัตกรรม วิธีการ ผู้เชี่ยวชาญมาช่วยวางแผนหรือพัฒนาคนไทยให้มีศักยภาพและคุณภาพสูงเต็มประสิทธิภาพของความสามารถของคนไทย เพราะความสามารถของคนไทยก็ไม่แพ้ชาติใดในโลกแต่เพียงคนไทยไม่รู้วิธีการใช้ศักยภาพความสามารถของตนเองรอเพียงแต่คนมาชี้แนะวิธีการ มิฉะนั้นคงไม่มีประเทศไทยอยู่บนแผนที่โลกในปัจจุบัน

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการคนไทยคือ กฎระเบียบ/กฎหมาย นโยบายของรัฐบาล ระบบราชการไม่โปร่งใส โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ส่วนอุปสรรคเป็นส่วนที่เกินการควบคุมของผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการไทย แต่จากการสังเกตดูแล้วภาครัฐบาลไทยก็กำลังดำเนินการแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบ/กฎหมายให้เหมาะสมกับยุคปัจจุบันและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก นโยบายของรัฐบาลก็ส่งเสริมการประกอบธุรกิจมีทั้งให้ความรู้แหล่งเงินทุนการลดภาษี เร่งสร้างโครงสร้างพื้นฐานของ

ประเทศ ส่วนระบบราชการไม่โปร่งใสรัฐบาลได้ใช้ทั้งไม้หอมและไม้แข็งในการกำจัดการคอร์ปชั่นในวงราชการ แต่หากคนไทยมีการพัฒนาแล้วเรื่องปัญหาต่างๆคงลดน้อยลงหรือหมดไปเพราะหากประเทศไทย

เปลี่ยนไปเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว คนไทยมีรายได้สูงแล้วคงจะไม่มีคอร์ปชั่นในระบบราชการ และคนไทยรู้จักหน้าที่ของตนเอง เหตุคอร์ปชั่นเกิดขึ้นเพราะคนไม่รู้หน้าที่และเงินไม่พอใช้ หากมองดูแล้วประเทศไทยติดกับดักประเทศกำลังพัฒนามาหลายสิบปีนี้สาเหตุเพราะทรัพยากรมนุษย์ของประเทศยังไม่พัฒนาเป็นสาเหตุหลัก หากเรามีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เราอาจจะเป็นประเทศที่เจริญที่สุดก็ได้เพราะประเทศไทยมีทั้งทำเลที่ตั้ง พื้นที่ประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ มีความหลากหลายของภูมิประเทศ พืชและสัตว์ นับว่าประเทศไทยมีความมั่งคั่งประเทศหนึ่งในโลก

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของคน Gen Y
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของคน Gen y
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยแรงผลักดัน และปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

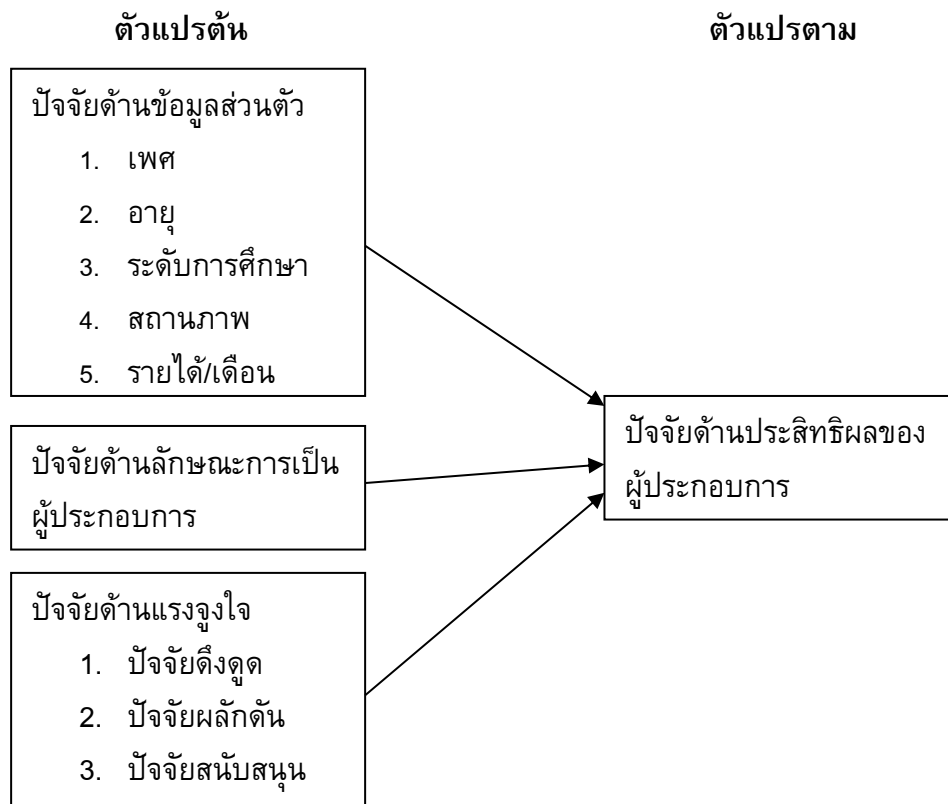
1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นเจ้าของธุรกิจของ Gen Y ในเขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตสะพานสูง และเขตบางกะปิ เก็บข้อมูลเดือนมีนาคม-เมษายน 2561
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ
 - 2.1.1 ข้อมูลส่วนตัว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้/ต่อเดือน
 - 2.1.2 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
 - 2.1.3 ข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยสนับสนุน
 - 2.2 ตัวแปรตาม

ข้อมูลปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 4 กลุ่มคือ ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร และปัจจัยด้านแรงจูงใจ และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ ปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดี่ยว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มี ต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้ ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 เพศ

1.5.2 อายุ

1.5.3 ระดับการศึกษา

1.5.4 รายได้/เดือน

1.5.5 ปัจจัยดึงดูด

1.5.6 ปัจจัยผลักดัน

1.5.7 ปัจจัยสนับสนุน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไร โดยใช้เวลาให้คุ้มค่าและพอเพียงประกอบกับการเงิน จิตวิทยา ความเสี่ยงทางสังคม รวมถึงการรับผลที่ได้จากเงินลงทุน ความพึงพอใจ และความเป็นอิสระ

เจนวาย (Generation Y) หมายถึง ผู้ที่เกิดในยุคที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มีการระบุปีเกิดของคนรุ่นนี้หลากหลายมาก แต่นักวิชาการส่วนใหญ่ ระบุว่าเกิด ระหว่าง พ.ศ. 2524-2543

Thailand 4.0 หมายถึง วิสัยทัศน์เชิงนโยบายของรัฐบาล คสช. กำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นโมเดลการบริหารประเทศ เปลี่ยนจากการทำงานด้วยวิธีดั้งเดิมมาเป็นการทำงานด้วยการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและช่วยให้การทำงานดีขึ้นกว่าเดิม เปลี่ยนจากการทำมากได้น้อย เป็นการทำน้อยได้มาก

ความพร้อม หมายถึง สภาวะที่บุคคลหรือองค์กรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่หรือการงานใดก็ตาม แม้จะมีข้อปัญหาหรืออุปสรรคก็สามารถดำเนินให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง สิทธิในชีวิตและร่างกาย “เรื่องส่วนตัว” รัฐและบุคคลทั่วไป ต้องเคารพและไม่แทรกแซง

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง 1. มีความอดทนต่อความเครียด 2. มีความมั่นใจในตนเอง 3. มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของตนเอง 4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดี 5. มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น 6. มีอำนาจทางสังคม 7. มีความต้องการในความสำเร็จ 8. มีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่น

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่ควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผล สำเร็จตามวัตถุประสงค์

ประสิทธิผล หมายถึง การบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่พึงปรารถนาหรือ เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำไปใช้ข้อเสนอแนะในกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ
2. สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขในการเป็นผู้ประกอบการ
3. เป็นแนวทางสำหรับการเป็นตัวอย่างในการพัฒนาในแง่มุมมองของ คนอื่น ๆ ของการเป็นผู้ประกอบการ นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้าน คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร และ ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y เขตกรุงเทพมหานครสามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตัดสินใจ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ
- 2.5 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีของ ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง (2521) กล่าวถึง ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าววางต้นคือวิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของคนที่ใช้ในการตั้งเป้าหรือขอบเขตในการวิจัย เช่น ในการแบ่งกลุ่มคนตาม Generation ต่างๆ
2. เพศ (Sex) หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่ถูกกำหนดโดยสรีระหรือความประสงค์ของเจ้าของสรีระนั้น
3. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทำวิจัย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ กรรณิการ์ โพธิ์ลังกา (2556) การศึกษาลักษณะส่วนบุคคลวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ และสภาพแวดล้อม ภายในองค์กร ที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในย่านธุรกิจจตุจักร กรุงเทพมหานครงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความ

แตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.948 และแจกกับพนักงานระดับปฏิบัติการในย่านธุรกิจจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และวิธีทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที และความแตกต่างค่า เอฟ พบว่า ในด้านอายุ ระดับการศึกษา อายุงานในตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโดยรวมที่แตกต่างกัน ในทางตรงกันข้ามข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศ และสถานภาพสมรส มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ พนักงานระดับปฏิบัติการ โดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ ที่ประกอบด้วย มิติเน้นความสำเร็จ มิติเน้นให้ความสำคัญกับบุคลากร และ มิติเน้นไม่ตรีสัมพันธ์ มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ และอิทธิพลของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในทางตรงกันข้าม ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านระบบบริหารจัดการ มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการและงานวิจัยของ เพชรรัตน์ ศิริวัฒนานุรักษ์ (2559) การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงาน มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงาน มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ ด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.946 แจกแบบสอบถามให้พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 306 คน วิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย พบว่า ประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคลส่วนใหญ่ พบว่า ประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานมีความแตกต่างกัน ในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Gen Y (Generation Y)

Generation Y หมายถึงคนที่มีปีเกิดอยู่ในช่วงระหว่าง 2523-2543 (Generation Y)

จากโครงสร้างประชากรในองค์กรที่เคยเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ไปเมื่อปีค.ศ. 2000 โดยมีประชากรคนที่ทำงานเป็นคนรุ่นใหม่ Gen Y เพิ่มเติมจากเดิมที่มีเพียง Babyboom และ Gen X จากลักษณะบุคคลแต่ละรุ่นที่มีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดความพยายามที่จะผสมผสานให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่คนในแต่ละรุ่น

เปิดใจเข้าหากัน และปรับวิธีการทำงานร่วมกันให้มีความยืดหยุ่น ผ่อนคลาย และยอมรับความหลากหลาย โดยคาดการณ์ว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า โดยเฉพาะในปี.ศ. 2020 Gen Y จะครองสัดส่วนเป็นประชากรส่วนใหญ่ถึง 70% จะก่อให้เกิดการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปมากกว่าต้นศตวรรษที่ 21 ชนิดพลิกฝ่ามือ หมายถึงว่าจะต้องมีวิธีการในการจ้างงานที่หลากหลาย ไม่ใช่การเป็นพนักงานประจำรับเงินเดือนแต่อย่างใด แต่ยังหมายถึงการที่คนทำงานรุ่นใหม่ก้าวเป็นผู้นำองค์กรในแต่ละระดับชนิดโตแบบก้าวกระโดด ตามผลการทำงานและศักยภาพ

Generation คืออะไร ?

ก็คือยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุ ซึ่งหมายถึงช่วงเวลาเฉลี่ยระหว่างการมีลูกคนแรกของแม่กับการมีลูกคนแรกของลูก

พูดให้เข้าใจง่ายก็คือ มันคือ รุ่นของแต่ละรุ่นที่เกิดขึ้นมาเรื่อยๆจากประชากรคนทั้งโลก นั่นเองในแต่ละ Generation ก็จะมี ความแตกต่าง กันอยู่หลายหลายด้านเลยทีเดียวไม่ว่าจะเป็น ความคิด ค่านิยม นิสัย และกิจกรรมต่างๆ ที่แสดงออกกันมา

ส่วนสาเหตุที่ทำให้แต่ละช่วงวัยมีความคิดที่แตกต่างกัน ก็เกิดจาก สภาพสังคม ความคิดพฤติกรรมต่างๆ ได้เปลี่ยนแปลงในแต่ละ Gen นั้นเอง

ในหลักสากล ได้มีการแบ่ง Generation ออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกัน

1. Baby Boomer หรือ Gen B
2. Generation X หรือ Gen X
3. Generation Y หรือ Gen Y
4. Generation Z หรือ Gen Z

1. Baby Boomer หรือ Gen B

เราอาจจะได้ยินคำนี้ไม่บ่อยสักเท่าไร แต่รุ่น Baby boomer ก็ถือเป็นรุ่นที่มีความสำคัญมากทีเดียว กลุ่ม Baby boomer คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 โดยมีอายุประมาณ 48 ปีขึ้นไป หากนับจากอายุแล้วก็จะเห็นได้ว่าเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้าสู่วัยผู้สูงอายุแล้วนั่นเองสาเหตุที่เรียกคนกลุ่มนี้ว่า Baby boomer นั้นมีที่มา เนื่องจากว่าในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้ชายต้องถูกไปเกณฑ์ทหาร พอสงครามจบลงก็กลับมาแต่งงานและมีลูกกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นคน Gen B ส่วนใหญ่จึงเกิดมาภายหลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลงนั่นเอง

คนกลุ่มนี้จึงเป็นคนที่ใช้ชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพกฎเกณฑ์ กติกา มีความอดทนสูง ทุ่มเทให้กับการทำงานและองค์กรมาก สู้งาน พยายามคิดและทำอะไรด้วยตัวเอง เป็นเจ้าคนนายคน ถูกครอบครัวยุติมาให้เป็นคนประหยัด อุดม จึงมีการใช้จ่ายอย่างรอบคอบ และระมัดระวัง คน ในยุคอื่น ๆ อาจจะมองคนยุคเบบี้บูมเมอร์ว่าเป็นพวก “อนุรักษ์นิยม” เป็นคนที่เคร่งครัดในขนบธรรมเนียมประเพณี แต่คนกลุ่มนี้ถือว่ามีจำนวนมากที่สุด ในสังคมปัจจุบันเลยทีเดียวนะ

2.Generation X หรือ Gen X

Gen X คือ กลุ่มคนที่มีอายุลดหลั่นลงมาอีกช่วงหนึ่ง อายุ 33-47 ปี คนกลุ่มนี้เกิดมาในช่วงที่ไม่ลำบากเท่ารุ่น Baby boomer และยังเป็นช่วงของสันติภาพ สภาวะโลกสงบเรียบร้อย หลากๆ ประเทศเริ่มมีความมั่งคั่ง ดังนั้นการใช้ชีวิตของคนรุ่นนี้จึงเริ่มมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องบ้างเล็กน้อย เช่น คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม วอล์คแมน

ปัจจุบัน คนยุค Gen-X เป็นคนวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปแล้ว พฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ที่เด่นชัดมากก็คือ ชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Work-life balance) มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพัง ไม่พึ่งพาใคร เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเปิดกว้าง มีความคิดสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม หลายคนใน Gen-Xส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะต่อต้านสังคม ไม่ได้เชื่อเรื่องศาสนา และไม่ได้ยึดขนบธรรมเนียมประเพณีมากนัก เป็นคนที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป อย่างเช่นมองว่าการอยู่ก่อนแต่ง หรือการหย่าร้างก็เป็นเรื่องปกติ เช่นเดียวกับเรื่องเพศที่ 3 ซึ่งต่างจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่มองเรื่องพวกนี้เป็นเรื่องผิดจารีตประเพณี เป็นอย่างยิ่ง

3.Generation Y หรือ Gen Y

เจนเรชั่นนี้ค่อนข้างคึกคักเป็นพิเศษ เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของคนเจน Y หรือคนรุ่นใหม่ นั่นเอง โดยคนเจน Y คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2543 หรือมีอายุประมาณ 18-32 ปี หากนับดูอายุแล้วก็พบว่าคนกลุ่มนี้เป็นลูกของคนที่เกิด Gen X

ชอบทำงานเป็นทีม ต่างจากกลุ่ม Gen-X ที่ชอบวันแมนโชว์มากกว่า เพราะคนในวัย Gen-X จะถูกฝึกมาแบบนั้น ต่างจากวัย Gen-Y ที่เติบโตมาพร้อมกับการประชุม การระดมความคิดเห็น แต่ทว่าคนกลุ่มนี้จะไม่ค่อยอดทนเหมือนรุ่นพ่อรุ่นแม่นัก

หวังที่จะทำงานได้เงินเดือนสูง ๆ แต่ไม่ยอมไต่เต้าจากการทำงานข้างล่างขึ้นไป

กลุ่ม Gen-Y ส่วนใหญ่มักจะจัดสรรเวลาให้งานและชีวิตส่วนตัว พอหลังเลิกงานอาจไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างความสุขให้กับตัวเอง เช่น ไปเล่นฟิตเนส ไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง จะไม่ค่อยหมกมุ่นอยู่กับงานเหมือนกับคนรุ่นก่อน

นอกจากนี้ กลุ่ม Gen-Y จะเป็นคนมองโลกในแง่ดี มีใจช่วยเหลือสังคม รักษาสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ที่ดีและแน่นแฟ้นกับพ่อแม่ แต่ก็ต้องบอกว่าไม่ใช่ทุกคนเป็นเพียงคนส่วนใหญ่เท่านั้น

4. Generation Z หรือ Gen Z

Gen-Z คือ คำนิยามล่าสุดของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน หมายถึงคนที่เกิดหลัง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป เทียบอายุแล้วก็คือวัยของเด็ก ๆ กลุ่ม Gen-Z นี้ จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่แวดล้อม มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็ว เพราะพ่อแม่ใช้สิ่งเหล่านี้อยู่ในชีวิตประจำวัน

แต่สิ่งหนึ่งที่เด็ก Gen-Z แตกต่างจากรุ่นอื่น ๆ สมัยที่ยังเป็นเด็กอยู่ก็คือ เด็กรุ่นนี้จะได้เห็นภาพที่พ่อและแม่ต้องออกไปทำงานทั้งคู่ ต่างจากรุ่นก่อน ๆ ที่อาจจะมีพ่อออกไปทำงานคนเดียว ด้วยเหตุผลนี้เด็ก Gen-Z หลาย ๆ คนจึงได้รับการเลี้ยงดูจากคนอื่นมากกว่าพ่อแม่ของตัวเอง

จะเห็นได้ว่าแต่ละ Generation จะมีความแตกต่างกันอยู่มากเลยทีเดียว และในหลักการตลาดนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลมากที่สุด ก็น่าจะเป็น Gen X นั่นเอง เพราะกำลังอยู่ในวันทำงาน หรือระดับผู้บริหาร ซึ่งเจนในขณะนี้ ก็มีรายได้ มีเงินออม และที่สำคัญคือมีอำนาจการซื้อแล้ว ถ้าต้องการเข้าถึงคนกลุ่มนี้ก็ควรใช้เรื่องของสุขภาพ หรือเรื่อง รวยเป็นตัวชี้นำที่จะเจาะกลุ่มการตลาดกลุ่มนี้

ส่วน Gen Y จะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยขณะนี้ ประมาณ 20 ล้านคน เป็นกลุ่มคนที่ไฟแรง แนวคิดเรื่องที่จะไปเป็นลูกน้องคนอื่นก็เปลี่ยนไปด้วย ส่วนเรื่องการใช้เงินนับเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง เลยทีเดียว รู้ว่าตัวเอง ชอบอะไร ต้องการอะไร ก็จะยอมจ่าย เพื่อสิ่งนั้น

แต่เนื่องจากจะอยู่ในช่วงหนุ่มสาว รายได้อาจยังไม่สูง แต่มีอัตราค่าใช้จ่ายต่อ รายสูงมากเลยทีเดียว ถ้าเทียบกับเจนก่อนหน้านี้นี้ เป็นกลุ่มคนที่กล้าซื้อของออนไลน์ โดยไม่คำนึงถึง Privacy แล้วเมื่อเขาซื้อเขาชอบแล้วเขาไปพูดถึงต่อไม่ว่าจะไปแชร์ใน Facebook line บ้าง หรือก็เขียน blog เพื่อแสดงเป็นผู้นำเทรนเอง (ที่มา <http://www.salineechot.com>)

เจนวาย (Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2543 เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีไอที พวกนี้เป็นลูกของพวกเจนเอ็กซ์ ที่ได้ชื่อว่าเจนวายก็เนื่องจากเห็นพ่อแม่กับ ปู่ ย่า ตา ยายทะเลาะเถียงกันในค่านิยมที่ต่างกันอย่างรุนแรงและเมื่อทะเลาะกันมากเข้าเรื่องก็มาลงที่เด็กที่ไม่รู้เรื่องอะไร

พวกเจนวายนี้เริ่มจากการบ่นกันเองอย่างรำคาญที่ผู้ใหญ่ทะเลาะกันแล้วมาลงที่เด็ก (Why me?) พวกเจนวายเป็นวัยที่คิดว่าเพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเจือปน คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่า สิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกันแบบว่าชอบส่งอีเมลล์มากกว่าพูดกันต่อหน้า ทำนองว่าไม่ชอบทะเลาะว่ายังนั่นเถอะ ทำให้พวกผู้ใหญ่ไม่ค่อยชอบเท่าไรนัก

เกณฑ์การจัดแบ่งกลุ่มคนเป็นกลุ่มช่วงอายุนี้เราใช้เกณฑ์ของอเมริกันนะ หากจะเอามาใช้ในเมืองไทยคงต้องปรับกันบ้างพอสมควรเนื่องจากเมืองไทยบ้านเรานั้น การพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีนั้นช้ากว่าสหรัฐอเมริกาหากจะยึดหลัก อเมริกันมาใช้ในเมืองไทยเลยอาจมีปัญหา(ที่มาเนื้อหา โดย โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ www.matichon.co.th)

2.2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตัดสินใจ

การตัดสินใจตรงกับภาษาอังกฤษว่า “decision making”

ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายประการดังนี้

สมพงษ์ เกษมสิน (2526) ให้ความหมาย “decision making” ว่าคือการตัดสินใจเลือกทาง ปฏิบัติซึ่งมีอยู่หลายทางเพื่อจะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

ถวัลย์ วรเทพพิพิพงศ์(2529) ให้ความหมายว่า “decision making” หมายถึง กระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง จากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการ ประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจ

เชสเตอร์ (Chester, 1938) กล่าวว่า “กระบวนการตัดสินใจนั้นแท้ที่จริงแล้วก็เป็น เทคนิควิธีในการจำกัดทางเลือกให้แคบลงเท่านั้นเองและ “การตัดสินใจเป็นเรื่องของการเลือกเอาทางเลือกที่คิดว่าจะเป็นทางที่เหมาะสมที่สุด หรือพอใจที่สุดในการดำเนินการ”

มาร์ควิสและฮุสตัน (Marquis & Huston, 1987) มองการตัดสินใจในรูปของการแก้ปัญหา โดยให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่าเป็น กระบวนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่การ พิจารณาปัญหา ทางเลือกต่าง ๆ การตัดสินใจเลือก ทางเลือกการนำทางเลือกที่ตัดสินใจแล้วไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผลในความหมายนี้การ ตัดสินใจเป็นการเลือกหนทางปฏิบัติที่ได้มาจาก การวิเคราะห์เปรียบเทียบว่าดีที่สุดในความหมายนี้การ ตัดสินใจเป็นการเลือกหนทางปฏิบัติที่ดูยพินิจของผู้ตัดสินใจ และหลังการตัดสินใจต้องมี การสั่งการเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริง

นอกจากนี้การตัดสินใจยังเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นการตัดสินใจย่อมเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ทั้งนี้ถ้าข้อมูลที่ได้มานั้นยัง คลาดเคลื่อนไม่ทันสมัย หรือได้ข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มเติม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการตัดสินใจนั้น เป็น กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเลือกแนวทางปฏิบัติ ที่ถูกต้องเหมาะสมหรือพอใจเพื่อจะนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือ แก้ปัญหาได้ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทรัพยากร หรือบุคคล (ที่มา : ธีรยุทธ สามเศียร นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Published Aug 28, 2015(หน้า116))

รีดเดอร์ (Reeder, 1971 : 278) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีต่อ การกระทำทางสังคมว่า ในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน แต่ละบุคคลจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน โดยการตัดสินใจนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับปัญหา เหตุผลบางประการ อาจจะต้องดำเนินการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้ตัดสินใจจะตระหนักถึงน้ำหนักของเหตุผล ที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจอาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่ง ประการหรือมากกว่า หรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ทั้งนี้กลุ่มของปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในบางกรณีการกระทำทางสังคมอาจจะมีทางเลือก สองหรือสามทาง ในการตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นๆ ผู้ตัดสินใจอาจจะเลือกทางเลือกที่แตกต่างกันไป จะสามารถมองเห็นเหตุผลในการตัดสินใจของแต่ละคนได้จากสิ่งที่เลือก ดังนั้นการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ด้วยเหตุผลในการ

ตัดสินใจดังกล่าวที่มีได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยประการเดียว แต่จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่นำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ประกอบด้วย

1. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ประกอบด้วย

1.1 เป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย (Goals) คือ กิจกรรม วัตถุประสงค์ คุณลักษณะ ความเชื่อ ความรู้ กิจธุระ หรือสภาพความเป็นอยู่ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลใน การกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ผู้กระทำ จะมีการกำหนดเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ล่วงหน้า และผู้กระทำ จะพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

1.2 ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละคนหรือ ของกลุ่ม ที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหรือ ความรู้นั้นเอง ซึ่งความเชื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล และพฤติกรรมทางสังคม บุคคลจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่ ในการกระทำทางสังคมใดๆต้องอาศัยความเชื่ออยู่ด้วยเสมอ แต่อย่างไรก็ตามความเชื่อนี้จะส่งผลให้บุคคลกระทำ หรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นก็ไม่ได้

1.3 ค่านิยม (Value) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือ เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการ กระทำของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ผู้กระทำเชื่อว่าวิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีตัวเองหรือสังคมเห็นดีเห็นชอบที่จะยึดถือปฏิบัติค่านิยมของมนุษย์หรือของผู้กระทำทางสังคมจะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของผู้กระทำทุกรูปแบบดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้วว่าจะสืบต่อกันมาด้วยประเพณี ซึ่งถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วย เช่น ไม่มีการอนุญาติ ไม่มีความร่วมมือหรืออาจลงโทษอย่างเด็ดขาดตามระเบียบ กฎหมาย ดังนั้นการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำ พฤติกรรมอย่างใดอย่าง หนึ่งของมนุษย์ หรือของผู้กระทำทางสังคมส่วนหนึ่งเนื่องมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว

2. ปัจจัยผลัก (Push Factors) ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นการรับรู้ของผู้กระทำทางสังคมว่าบุคคลอื่น กลุ่มหรือสังคมโดยทั่วไปต้องการให้เชื่อหรือรู้สึกหรือประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์นั้นหรือกล่าวได้ว่าความคาดหวังคือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเองซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นยึดถือ ปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2 ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำ เชื่อว่า ตนเองผูกพันที่จะต้องกา กระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ผู้กระทำจะทำตามคำ สัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลเนื่องจากบุคคลนั้นๆ รู้สึกว่าตนเองมีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3 การบังคับ (Forces) เป็นความเชื่อที่อยู่ในใจของผู้กระทำว่า ตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ตนเองรู้สึกที่ไม่มีทางเลือกอื่น ๆ อีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง แต่ยังไม่แน่ใจว่า การกระทำนั้นดีหรือไม่ การบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็วขึ้น ดังนั้นการบังคับจึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม เนื่องจากบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติเมื่อถูกบังคับให้ทำ

3. ปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors)

3.1 โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้วเห็นว่า ภายใต้สถานการณ์นั้นมีช่องทางจังหวะเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกกระทำได้ ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจและประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดลงไป จึงขึ้นอยู่กับโอกาสที่มีในสถานการณ์นั้น

3.2 ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเองใน การที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ ผู้กระทำจะตระหนักถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจและกระทำทางสังคม เพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้วจะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้นโดยทั่วไป แล้วบุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จะพิจารณาขีดความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3 การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับหรือจะได้รับจากผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือก ดังนั้นบุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าจะได้รับ การสนับสนุนจากผู้อื่นสรุปได้ว่าการกระทำ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกัน โดยผู้ตัดสินใจ จะตระหนักดีถึงน้ำหนักของเหตุผลที่นำมาตัดสินใจว่ามีความแตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจ อาจเป็นเพียงเหตุผลหนึ่งประการ หรือมากกว่าหนึ่งเหตุผลหรือปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำทั้งหมด ซึ่งปัจจัย ที่เป็นตัวสนับสนุนในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลนั้น ก็จะมีปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัย ความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ซึ่งแต่ละปัจจัยบุคคลแต่ละคน จะมีความต้องการในแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกัน บางคนมีความต้องการปัจจัยดึงดูดมาก บางคนอาจจะต้องการทั้งปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันหรืออาจจะ ต้องการทั้งสามปัจจัยก็เป็นได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย

การศึกษาในประเทศไทยพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการในบริบทที่แตกต่างกัน

สุปราณี ศรีจันตราภิมุข (2544) มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์บุคลิก ทักษะคติ ลักษณะทาง จิตวิทยา วิธีคิด ทักษะ และปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ ศึกษาผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของกิจการ 554 ราย และผู้บริหารระดับรองเจ้าของกิจการ 498 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และการวิเคราะห์อภิมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นบุคคลที่

เชื่อว่าสามารถควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเองได้ (Internal Locus of Control) ไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะเป็นอย่างไร ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีแนวโน้มที่จะพึ่งตนเองสูง ใฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความอดทน ชอบแข่งขันกับตนเอง เชื่อมั่นในตนเอง เรียนรู้จากความ ล้มเหลว และให้ความสนใจด้านการตลาดมากกว่าการผลิต มีเครือข่ายที่จะเข้าถึงโอกาสในธุรกิจ ขณะที่การทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของคุณภาพการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดได้แก่ ทักษะในการดำเนินธุรกิจ การบริหาร ความเสี่ยง และการตัดสินใจด้านการตลาด ส่วนความสามารถในการบริหารพบว่า ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์เป็นปัจจัยแรกที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ขวัญเชิญ ภาคฐิน (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ อุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม จากตัวอย่างผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมอาหารจำนวน 272 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวนเงินทุน และนโยบายภาครัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2548) ศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยศึกษาตัวอย่างชุดแรกจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกกับ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 30 ราย แล้วนำมาสร้างและพัฒนาแบบวัดกับตัวอย่าง ชุดที่สองจำนวน 544 ราย และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือวัดองค์ประกอบภาวะผู้นำประกอบด้วย 6 องค์ประกอบได้แก่

- 1) การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา
- 2) การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น
- 3) การมีศีลธรรมในการประกอบการ
- 4) ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์
- 5) การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อบุคคล
- 6) การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่าง ๆ

จากนั้นนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างชุดที่สามจำนวน 1,064 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกัน มีภาวะผู้นำต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงจะมีภาวะผู้นำโดยรวม และทั้ง 6 องค์ประกอบสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมคิด เจตีย์วงศ์ และคณะ (2549) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยต้องการศึกษาคุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจ และศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินกลยุทธ์ ศึกษาตัวอย่างจำนวน 250 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ หรือเล่นให้เสียมเพื่อเอาชนะคู่แข่ง และผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับนวัตกรรม และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า มีการศึกษาในประเด็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและ ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ คุณลักษณะของ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศ การกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจและกลยุทธ์ การตลาดภายใต้โลกาภิวัตน์ของวิสาหกิจ แนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในและทิศทางการใหม่เพื่อพัฒนา ผู้ประกอบการวิสาหกิจของไทย โดยผลการวิจัยที่พบว่ามีความสอดคล้องกันคือ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีภาวะผู้นำ และมีความขยันอดทน ขณะที่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลที่มีต่อการเจริญเติบโตคือการศึกษาศึกษาของ จรรยาภรณ์ พรหมคุณ (2551) ศึกษาปัจจัยและการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป

2.3 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีของ Yuki (1998) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จสูง การศึกษาพบว่าสามารถระบุคุณลักษณะของผู้นำได้ดังนี้ 1.) มีความอดทนต่อความเครียด 2.) มีความมั่นใจในตนเอง 3.) มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของตนเอง 4.) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดี 5.) มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น 6.) มีอำนาจทางสังคม 7.) มีความต้องการในความสำเร็จ 8.) มีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่น และ Schermerhorn, Hunt & Osborn, 2003 กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะของผู้นำและ คุณลักษณะของบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำถึงความแตกต่างและการพยากรณ์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นโดยผลการศึกษานี้จำนวนมากยังมีระดับความสอดคล้องต่ำจึงไม่สามารถระบุถึงปัจจัย คุณลักษณะที่ชัดเจนได้ ที่สามารถระบุจุดแข็งของผู้นำมีดังนี้

1. มีพลังมีการปรับตัวหรือมีความอดทนต่อความเครียด (Energy and Adjustment or Tolerance) มีความตื่นตัวอยู่เสมอ มีความอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ไม่ดี และสามารถควบคุมอารมณ์ตัวเองได้ดี
2. มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม (Prosocial Power Motivation) มีความต้องการด้านอำนาจสูง และใช้อำนาจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น
3. มีการมุ่งความสำเร็จ (Achievement Orientation) มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีแรงขับเคลื่อนที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้ดี
4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional Maturity) เป็นผู้ที่สามารถปรับอารมณ์ตนเองได้ดีเมื่อประสบกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่คาดฝัน
5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนในการบริหารงานต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จ

6. มีความยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity) เป็นพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับ การยึดมั่นในหลักการ ความซื่อสัตย์ สุจริต จริยธรรม และความน่าเชื่อถือ

7. มีความบากบั่นอดทน (Perseverance or Tenacity) มีความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาอุปสรรค ต่างๆ

8. มีความสามารถในการรับรู้ ความฉลาด มีความเข้าใจในด้านสังคม (Cognitive Ability, Intelligence, Social Intelligence) สามารถรับรู้และเข้าใจในงานและสามารถถ่ายข้อมูลได้เป็นทอดออกมาอย่างดี รวมถึง มีความเข้าใจบทบาททางสังคม

9. มีความรู้เกี่ยวกับงาน (Task-relevant Knowledge) มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างดี

10. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) มีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แก้ไขข้อกำหนดการต่างๆ ที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม

Longenecker, Moore, Petty and Palich (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ค้นพบ ความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้อง เผชิญกับความ เสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และ ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hatten (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีโอกาส และผลประโยชน์ใน ธุรกิจ โดยเป็น ผู้มีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความ เสี่ยงในการริเริ่ม หรือ ดำเนินธุรกิจ Hatten ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีการริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่

2. มีสร้างนวัตกรรม (Innovation) มีการผลิตสินค้าใหม่รวมถึงกระบวนการดำเนิน ธุรกิจ การตลาด และการจัดการองค์การด้วยกระบวนการใหม่ ๆ

3. มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk management) ผู้ประกอบการหรือ เจ้าของธุรกิจ จะต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงอันเกิดจากการขาดทุน หรือความล้มเหลวใน การดำเนินธุรกิจ

4. มีความสามารถในการบริหารงานทั่วไป (General management) ผู้ประกอบการ หรือ เจ้าของธุรกิจ จะต้องมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีความ เหมาะสม

5. มีความมุ่งหวังในประสิทธิภาพ (Performance intention) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของ ธุรกิจ จะต้องมีความคาดหวังในผลกำไร หรือระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

Wikipedia (2010) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีความเสี่ยง มีแนวความคิด เป็นผู้ยอมรับในความเสี่ยงและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็น เจ้าของ หรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงเป็นผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์ ในการดำเนินธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่ยมุ่งหวัง

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation: EO) ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ใฝ่ฝันไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน (Dess, Lumpkin & Eisner, 2007) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Harms, 2009) โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมัก พบว่ามีความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของ ตนเองให้ประสบความสำเร็จ

Dess, Lumpkin, and Taylor (2005) ได้นำเสนอมิติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจ และการปฏิบัติของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการ บริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยงโดย 5 มิติ ดังกล่าวสามารถใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถใน การดำเนินงานของธุรกิจ ความหมายของแต่ละมิติของการเป็นผู้ประกอบการดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)

คือความพยายามในการที่จะปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระ มีเอกภาพในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อมุ่งหวังให้ ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการ ขององค์กร การทำงานที่มีเอกภาพในหน่วยงานเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์กร ความเป็นอิสระในการบริหารงานเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในองค์กรที่ผู้ประกอบการถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ ร่วมกันในการดำเนินงาน บุคลากรจะมีความท้าทายในการทำงานภายใต้ระบบการกระตุ้นสิ่งจูงใจ ด้วยระบบรางวัล มีการแสวงหาโอกาส และการปฏิบัติงานโดยปราศจากการวิพากษ์วิจารณ์ของเพื่อนร่วมงาน มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเพื่อเป้าหมายชัยชนะขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์กรมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) การสนับสนุนให้เกิดการคิดด้วยการใช้เทคนิคสแก๊งค์เวิร์ก (Skunkworks) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยผู้บริหาร และพนักงานในการทำงานที่มีลักษณะเป็นงานประจำองค์กร บางแห่งอาจมีการตั้งหน่วยปฏิบัติงานขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มีการระดมสมองเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ร่วมกัน เป็นหน่วยงานที่แยกการทำงานอิสระไม่ขึ้นกับฝ่ายบริหาร มีการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ และไม่มีแรงกดดันในการทำงาน

2) มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีอิสระองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างองค์กรจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานใหม่ซึ่งเป็นสิ่ง ที่จำเป็นต่อสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขัน เช่น บางธุรกิจอาจเผชิญกับปัญหา และอุปสรรค ด้านยอดขาย ประสบภาวะ

ขาดทุน การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานใหม่เพื่อให้ธุรกิจมีขนาดเล็กลง พร้อมทั้งการให้อำนาจการตัดสินใจในการทำงานแก่พนักงาน มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสามารถปรับปรุงให้ธุรกิจเจริญเติบโตต่อไปได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามความเป็นอิสระในการ บริหารงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการติดตามประเมินผลเพื่อตรวจสอบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภายในองค์กรเพื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)

คือความพยายามในการที่จะแสวงหาโอกาส และทางเลือกใหม่ๆ ในการที่มุ่งเน้นให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้อง กับการวิจัยและพัฒนา การทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ หรือการพัฒนา เทคโนโลยี ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์การมีนวัตกรรมในการทำงานประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) มีการสนับสนุนการทดลองเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม ธุรกิจจำเป็นต้องลบความคิดเดิมและมีการทดลองต่างๆ เพื่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2) มีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจจะต้องทุ่มเทงบประมาณในการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในเทคโนโลยี นวัตกรรมเปรียบเสมือนการสร้างกำแพงกั้นและสร้างความมั่นคงให้แก่องค์กร ให้สามารถเจริญเติบโตต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาในนวัตกรรมก็อาจส่งผลในด้านลบแก่องค์กรได้หากการวิจัยและพัฒนาในการออกสินค้าและบริการใหม่ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการได้อย่างเป็นที่น่าพอใจซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลไปถึงผลกระทบจากการแข่งขันที่ตามมา และแม้ว่าธุรกิจจะมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ หรือประสบความสำเร็จในการพัฒนา เทคโนโลยีนั้นๆ ธุรกิจอื่นๆ ก็มีการพัฒนาในนวัตกรรมที่ออกแบบคล้ายคลึงกันหรือมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเช่นเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดหากธุรกิจเริ่มมีผลประกอบการที่ลดลง การให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาด้านนวัตกรรมต่างๆ อาจจำเป็นต้องยุติลงไปโดยปริยาย นวัตกรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ต้องเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเสมอไป สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจจะต้องเข้าใจในกลยุทธ์ และต้องยอมรับในการพัฒนา นวัตกรรมที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้ต่อไปในอนาคต

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)

คือการแสดงออกถึงการสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับองค์กรโดยการทำงานเชิงรุกในองค์กรจะต้องมีการติดตาม และตรวจสอบรวมไปถึงการระบุแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเดิม โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป หรือคาดการณ์ในปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน ไม่เฉพาะแต่การทำงานเชิงรุกที่ต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น หากแต่จะต้องให้

ความสำคัญกับการปฏิบัติงานภายในองค์กรด้วยเพื่อก้าวสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารที่ดำเนินกลยุทธ์การทำงานเชิงรุกจะต้องใส่ใจและต้องคอยแสวงหาข้อมูลอยู่เสมอๆ เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ และการพัฒนาการดำเนินงานของตนเอง การทำงานเชิงรุกก่อให้เกิดการสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากการทำให้คู่แข่งมีสถานะหรือตำแหน่งที่เป็นฝ่ายตั้งรับไปโดยปริยาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจกลายเป็นผู้นำในตลาดใหม่ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีเอกลักษณ์ มีเทคนิคการดำเนินงาน หรือมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานที่เรียกได้ว่าเป็นผู้นำในธุรกิจ (First mover) ที่มีความได้เปรียบ เช่น มีความได้เปรียบในการสร้างผลกำไรได้สูงเนื่องจากไม่มีคู่แข่งในตลาดสามารถสร้างความจดจำในตราสินค้า และภาพลักษณ์ที่มีต่อลูกค้าได้ ซึ่งล้วนแล้วแต่จะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น ปัจจัยในการทำงานเชิงรุก ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) มีการนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการแสดงความสามารถในด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันปัจจัยที่สำคัญคือการมีวัฒนธรรมขององค์กรที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนและแสดงออกถึงการทำงานเชิงรุกเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การกำหนดภารกิจขององค์กรที่มุ่งเน้นความเป็นผู้นำในสินค้าหรือตลาดนั้นๆ

2) มีความพยายามที่จะค้นหา นำเสนอสินค้า และบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง มีความพยายามในการเสาะแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรในรูปของกำไร เช่น การแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ หรือการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้า หรือบริการร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)

คือความพยายามในการ มุ่งพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้แข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นความสามารถ ที่ธุรกิจจะต้องดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ซึ่งอาจเป็นการใช้กลยุทธ์การตัดราคา การลดราคาเพื่อแย่งชิงและเพิ่มส่วนครองตลาด หรือความพยายามในการที่จะพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิต ความสามารถในการแข่งขันยังเกี่ยวข้องกับการที่ธุรกิจมีศักยภาพ หรืออิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ศักยภาพในด้าน นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขันมีลักษณะที่แตกต่างจากการพัฒนา นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกที่จะมีลักษณะมองไปข้างหน้าเพื่อค้นหาแนวโน้ม และโอกาสที่ ธุรกิจจะสามารถแสวงหาตลาดที่เพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการแข่งขันจะมุ่งไปที่การต่อสู้ เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) หรือเรียกว่าการวิเคราะห์สวอต (SWOT) ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดความเสียหายหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม ในขณะที่นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาตำแหน่ง และศักยภาพของธุรกิจประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) การเข้าสู่ตลาดด้วยสินค้าราคาต่ำ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักกลัวในการเข้าสู่ตลาดที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากตลาดที่มีขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเต็มไปด้วยธุรกิจที่มีเงินทุน และงบประมาณในการลงทุนสูง มีความได้เปรียบในการตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าและยังมีความสามารถในการรักษากำไรไว้ได้

2) การลอกเลียนแบบการดำเนินธุรกิจ หรือลอกเลียนแบบเทคนิคของคู่แข่งชั้นที่ประสบความสำเร็จ เป็นลักษณะของการลอกเลียนแบบในด้านความคิด และวิธีการดำเนินงานของ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ อาจเป็นการเปรียบเทียบการดำเนินงานของตนเองกับคู่แข่งหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ (Benchmarking) เป็นการค้นหาการปฏิบัติที่ดีที่มีความเป็นเลิศ (Best practices) ที่ไม่ผิดต่อกฎหมาย

5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking)

เป็นความพยายามในการฉกฉวยโอกาสที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าความพยายามนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่ต้องมีความเสี่ยงต่าง ๆ บนทางเลือกเพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ ดำเนินต่อไปได้ ความเสี่ยงอาจก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง แต่ธุรกิจก็ต้องรับภาระ หนี้สินที่สูงขึ้นจากการลงทุนในทรัพยากรจำนวนมากเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดและการลงทุนในเทคโนโลยีที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ลักษณะความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญ ประกอบด้วยความเสี่ยง 3 ประเภท ดังนี้

1) ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business risk) เกี่ยวข้องกับการที่ไม่สามารถทราบถึง โอกาส และความน่าจะเป็นที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ไม่มีการทดสอบล่วงหน้า และความไม่แน่ใจในเทคโนโลยี

2) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมเงิน จำนวนมากเพื่อนำไปลงทุนเพิ่มเติมในทรัพยากร เพื่อสร้างความเจริญเติบโต ซึ่งในความหมายของความเสี่ยงทางการเงินในที่นี้คือผลตอบแทนจากการลงทุนที่ไม่อาจคาดเดาได้

3) ความเสี่ยงของบุคคล (Personnel risk) เป็นความเสี่ยงจากการตัดสินใจของ ผู้บริหารในการใช้กลยุทธ์ และการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะส่งผลกระทบต่อภาพรวม การดำเนินงานขององค์กร ความเสี่ยงในที่นี้จะเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อหวังผลตอบแทน หรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ธุรกิจอาจมีทางเลือกในการเผชิญกับความเสี่ยงได้หรือ สามารถหลีกเลี่ยง และลดระดับความเสี่ยงขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ในสถานการณ์ นั้นๆ ธุรกิจสามารถดำเนินการเพื่อจัดการกับความเสี่ยงได้โดยมีการวิจัยและการประเมิน ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงเพื่อลดความความไม่แน่นอน การเข้าสู่ธุรกิจใหม่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง แต่ถ้าหากธุรกิจมีการวางแผน และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบก็จะสามารถทำให้ความเสี่ยง เหล่านั้นลดลงไปได้ และอาจใช้เทคนิคต่างๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เช่น การเข้าไปเป็นผู้นำ หรือเข้าสู่ตลาดใหม่ด้วยช่องทางขายที่แปลกใหม่ แต่การดำเนินงานใหม่ๆ ต้องทำด้วยความระมัดระวัง และเป็นไปอย่างรอบคอบ

วรากรณ์ สามโกเศศ (2546, น. 91-92) ได้กล่าวถึงผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จจะประกอบด้วย 6 ลักษณะ

ลักษณะแรก ผู้บริหารจะเป็นผู้มองสินค้าการบริการและการบริหารเสมือน เป็นคนนอกมองเข้าไป และเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นคนที่มีความสำคัญมากที่สุด

ลักษณะที่สอง มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจคน มีความสามารถในการต่อสู้ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ลักษณะที่สาม เข้าใจบทบาทของวัฒนธรรมองค์กร และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร

ลักษณะที่สี่ มีความสามารถในการสร้างและปรับปรุงพัฒนา สินค้าและบริการของตนเอง ลักษณะที่ห้า ความสามารถในการเลียนแบบ และการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

ลักษณะที่หก มีองค์ความรู้เป็นของตนเอง มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองและนำมาใช้ในธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยหลายประการประกอบกันโดย ผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องมีครบทุกข้อ ซึ่งโดยทั่วไปคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ (ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs, 2552)

1. การเผชิญกับความเสี่ยง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการที่ชอบทำงานที่ ทำทนายความรู้ความสามารถมักไม่ภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่ไม่มีความเสี่ยงเลย หรือหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป โดยทั่วไปผู้ประกอบการมักเลือกงานที่มีความเสี่ยงปานกลางซึ่งประเมินแล้วว่าไม่เกิน ความสามารถที่จะบรรลุผลสำเร็จ และมีทางเลือกหลายทาง

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นในการใช้สติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนัก มุ่งเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก

3. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องเป็นผู้มีความริเริ่มสร้างสรรค์โดยไม่ชอบกระทำในสิ่ง ซ้ำ ๆ แบบดั้งเดิม เป็นผู้เอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม เป็นผู้เข้าใจถึงปัญหาแล้วหาแนวทางในการแก้ไข มีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิต อยู่อย่างต่อเนื่องกล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากเดิม

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อมีการตั้งเป้าหมายถึงความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททุกอย่าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ความคิดผูกพันกับการเอาชนะเป้าหมาย มีการวางแผนกลยุทธ์ และเตรียมป้องกันที่จะเอาชนะอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ ความสามารถในการสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจ การทำงาน และเต็มใจ ปฏิบัติงานตามที่วางไว้

6. ยืนหยัดต่อสู้อุปสรรคในการทำงานหนัก มีการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ไม่ท้อแท้แม้ว่าต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ
7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นการนำความผิดพลาดในอดีตมาเป็น บทเรียนเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำเอาไปประยุกต์ปรับปรุงใช้ในการทำงานให้มุ่ง ไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม
8. มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการ บริหารงาน เมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจจะต้องรับบทเป็นผู้นำที่จะลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง รู้จักปรับเปลี่ยนการบริหารงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ
9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประสบความสำเร็จมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นใน ความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็ง มีลักษณะ เป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นในผลสำเร็จ และมีความทะเยอทะยาน
10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้มีความสามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคต ข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง
11. มีความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี และดูผลงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับผิดชอบในผลของการตัดสินใจไม่ว่าผลจะออกมาดีหรือไม่โดยมีความเชื่อว่า ความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากตนเอง มิใช่เกิดจากโชคสลาภ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้เกิดขึ้น
12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และพัฒนา งานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม มีการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ ข้อมูล การตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ
14. กล้าตัดสินใจ และมีความมุ่งมั่นพยายาม มีความหนักแน่น กล้าตัดสินใจ เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำมีการทุ่มเทการทำงานอย่างสุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก
15. ไม่ตั้งความหวังกับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจมักใช้น้ำพักน้ำแรงของตนเอง จึงผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนัก เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ มีการกำกับดูแลงานอย่างใกล้ชิดด้วยตนเอง
16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก มีการวางแผนการทำงานในปัจจุบันอย่างรอบคอบ โดยไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว
17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นในความสามารถของคนที่ปรับปรุงตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้
18. ไม่ทำอะไรเกินตัว รู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินความสามารถที่จะส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจ

19. มีความร่วมมือและแข่งขัน มีการร่วมมือกับกลุ่มบุคคล เช่น สมาคม ชมรมเพื่อช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกัน และมีความสามารถในการแข่งขัน

20. มีความประหยัด ผู้ประกอบการต้องมีความประหยัด อดออมเพื่อนำเงินไปขยายกิจการในอนาคต

21. มีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้า และสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นเจ้านายที่ดีต่อลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ครอบครัว และรัฐในการเสียภาษีอากร

วรรณิ ชลนภาสถิต (2552, น. 9-10) กล่าวถึงผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จะต้องมีคุณสมบัติเปลี่ยนไปจากอดีตที่เริ่มต้นทำธุรกิจด้วยความชอบ หรือการถ่ายทอดความรู้มา จากบรรพบุรุษซึ่งเป็นความรู้เฉพาะด้านการผลิตเท่านั้น แต่ในภาวะปัจจุบันปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้อง มีคุณสมบัติที่ครบถ้วน ดังนี้

1. มีความรอบรู้ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ และชวนชวยในการหาความรู้ทุกด้านซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการเรื่องคน

2. กล้าสู้ เป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา ดังนั้นจึงต้องกล้าต่อสู้ ทั้งงานและปัญหา

3. กล้าเสี่ยง แม้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่ก็ต้องใช้เงิน ของตนเองเป็นหลัก การใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก โอกาส ที่จะเกิดความผิดพลาดจึงมีมากเท่าๆ กับโอกาสความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นการทำท้าย ความเสี่ยง

เมคกุ๊กิน (2550, น. 31-41) กล่าวว่า เจ้าของธุรกิจ และผู้บริหารระดับสูงยุคใหม่ที่จะ นำพาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืนจำเป็นต้องมีทักษะ 7 ประการ คือ

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

2. มีความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง มีความเชื่อมั่น และเห็นคุณค่าในตนเอง

3. มีความรู้ด้านการเงิน หมายถึง มีความรู้ข้อมูลทางการเงิน และความเป็นไปของธุรกิจ มีทักษะพื้นฐานในการจัดทำบัญชี และมีความเข้าใจด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. มีทักษะและประสบการณ์ในวิชาชีพนั้นๆ หมายถึง การมีทักษะและประสบการณ์ใน อาชีพที่ดำเนินอยู่ตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ

5. มีทักษะในการสื่อสารข้อความกับผู้อื่นให้ได้ความเข้าใจที่ตรงกัน หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ข้อความที่กระชับ ชัดเจนได้ใจความ

6. มีความรู้ด้านการตลาด หมายถึง การมีทักษะและความสามารถด้านการตลาด ประกอบด้วยการใช้สื่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาด และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. มีทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินงาน เช่น การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ การใช้จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ การใช้ อินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน

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

1. ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมคือ ความได้เปรียบด้านเทคนิคโดยเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้อง เข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่

2. ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถในการรับรู้และเข้าใจผู้ประกอบการ จะใช้ความสามารถทางจิตใจในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการควรเป็นผู้มีความสามารถที่หลากหลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้จัดการธุรกิจในการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่างๆ ที่มีความสำคัญในการพัฒนา แผนงาน และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือความสามารถในการบูรณาการงานต่างๆ เข้าด้วยกัน

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

4. ความคิดริเริ่ม และความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) การที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บุกเบิกสร้างธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ ต่อความสำเร็จ หรือ ล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ

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

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

7. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง และจะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวเกิดขึ้น จากโชคชะตา แต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการควบคุมภายในของผู้ประกอบการเอง

8. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills) ผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีกับบุคคลอื่นๆ เช่น พนักงาน กลุ่มธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการ ติดต่อสื่อสาร เช่น

การสื่อสารข้อความภารกิจของธุรกิจที่เข้าใจตรงกัน วิธีการจูงใจให้พนักงาน ปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่างๆ และควมมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

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

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

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

1. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบ และเผชิญต่อ ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว

2. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่างๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3. ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และรับผิดชอบต่อการตัดสินใจของตนเอง

4. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตน

5. ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความ อดทนต่อสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ความไม่แน่นอนหรือความไม่ชัดเจนใน ปัจจัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ นีร ทิพย์ดวงดี (2556) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการด้านการมีคุณภาพทางอารมณ์ในขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีมนุษย์สัมพันธ์ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านความประหยัด ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และด้านการมีความเชื่อด้านโซคกลาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา และสมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษาวิทย์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปร ผลกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการ ที่สำคัญ ได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และวัฒนธรรมองค์การ แสดงให้เห็นว่า ยิ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดโดยอ้อมส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและความเจริญเติบโตในที่สุด

2.4 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องแรงจูงใจ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีของ Maslow (1943) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ คือ ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อคนเราได้ความต้องการถึงขั้นหนึ่งแล้ว คนเราก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ความต้องการที่มาสโลว์กล่าวไว้มีทั้งหมด 5 ชั้นคือ

- 1.) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น
- 2.) ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or Safety Needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน
- 3.) ความต้องการยอมรับจากผู้อื่น (Affiliation or Acceptance needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรักจากผู้อื่น ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคน ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4.) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการ การได้รับการยกย่อง นับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการ มีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5.) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self- actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการ ของตนเอง เป็นต้น

จากทฤษฎีของมาสโลว์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแบ่งความต้องการออกเป็น 2 ระดับคือ

1. ความต้องการในระดับต่ำ (Lower order needs) ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย, ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง และความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ

2. ความต้องการในระดับสูง (Higher order needs) ประกอบด้วย ความต้องการการยกย่องและ ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

Reeder (1971) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีต่อการกระทำทางสังคมว่า ในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน แต่ละบุคคลจะมีเหตุผลในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยการตัดสินใจนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่า ตรงกับปัญหาเหตุผลหรือไม่ ดังนั้น การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ ด้วยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวอาจมิได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยประการเดียว แต่จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่นำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ประกอบด้วย

1.1 จุดมุ่งหมาย (Goals) คือ ลักษณะความเชื่อ ความรู้ กิจธุระหรือสภาพความเป็นอยู่ ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลใน

1.2 ความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มคน ที่เป็นผลมาจากความเชื่อที่ได้จากคนอื่นหรือเป็นแนวคิด หรือความรู้ที่ถูกสะสมมา

1.3 ค่านิยม (Value) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำ ของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ดังนั้นค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและ การกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนด ไว้มาช้านาน สืบต่อกันมาด้วยประเพณีตามท้องถิ่น

2. ปัจจัยผลัก (Push Factors) ประกอบด้วย

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อ พฤติกรรมของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นยึดถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวัง และทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2 ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำนั้นเชื่อว่า กระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเองเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งผู้กระทำจะทำตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น ดังนั้นข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลนั้น

2.3 การบังคับ (Forces) เป็นความเชื่อที่อยู่ในใจของผู้กระทำว่า ตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งโดยที่ตนเองรู้สึกว่าจะไม่มีทางเลือกอื่น ๆ อีกนอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ แต่ยังไม่แน่ใจว่า การกระทำนั้น ดีหรือไม่การบังคับจะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้น ให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็ว

3. ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors)

3.1 โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือ ทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้ว เห็นว่า ภายใต้สถานการณ์นั้นจะมีช่องทางจังหวะหรือเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกทำได้

3.2 ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลังของตนเอง ในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จ ผู้กระทำต้องคิดถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจและกระทำทางสังคม เพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้ว จะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้น บุคคลที่จะกระทำพฤติกรรมใดๆ จะพิจารณาถึงความสามารถของตนเองเสียก่อนที่จะทำ

3.3 การสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับจากผู้อื่น ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือกดังนั้น บุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่า จะได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ เสกสรร อรกุล (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เมทเทิลคอม จำกัด การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจภายในและปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเมทเทิลคอม จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ เป็นพนักงานทุกระดับ จำนวน 163 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย การทดสอบค่า ที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย วิธี LSD ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านผลสำเร็จใน การปฏิบัติงาน การยกย่องยอมรับนับถือ การมีอำนาจในหน้าที่ และโอกาสก้าวหน้า ส่วนปัจจัย แรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานประกอบด้วย ด้านการเลื่อนตำแหน่งงาน เทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านความปลอดภัยในการทำงาน เป็นด้านที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ และ ศิริวรรณ ศิริเดชาพันธ์ (2557) การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงาน กรณีศึกษา : ศูนย์ปฏิบัติการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มี อายุ

41–50 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา สูงสุดคือปริญญาตรี มีอายุงานมากกว่า 15 ปี ระดับชั้นเอก (10–11) รายได้ 40,001–50,001 บาท ในส่วนของแรงจูงใจที่มีผลต่อความสำเร็จของงานโดยรวมพบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อความสำเร็จของ งาน โดยรวมอยู่ในปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความสัมพันธ์กับ ผู้บังคับบัญชา ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความก้าวหน้าในงาน อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และพบว่าในบรรดาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงาน ในศูนย์ปฏิบัติการสินเชื่อนั้น ปัจจัยที่มีค่าถ่วงน้ำหนักสูงที่สุด คือ ในเรื่องด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ รองลงมาคือความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความก้าวหน้าในงาน ลักษณะงานที่ทำ สภาพแวดล้อม ในการ ทำงาน และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ในส่วนของประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน พบว่า โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การสามารถทำงานที่รับผิดชอบเสร็จเรียบร้อย ภายในเวลาที่ กำหนด การให้เวลาและทุ่มเทใจกับการทำงาน การสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายมา ได้บรรลุตาม เป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในหน่วยงานได้ลุล่วงอยู่ในระดับมาก ส่วนความผิดพลาดในการทำงานมีน้อยลงอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และประสิทธิผลการปฏิบัติงานพบว่ามีความสัมพันธ์กัน 22 กรณี

2.5 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องประสิทธิผลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยแนวคิด และทฤษฎีของ กนกรัตน์ ภูระหงษ์ (2549) ได้อธิบายประสิทธิผลการดำเนินงานไว้ว่าประสิทธิผลการ ดำเนินงาน หมายถึง ระดับความสำเร็จ ในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ของผู้บริหารที่มีต่อ การดำเนินงานให้สำเร็จตามมาตรฐาน และ Schein (1970) มีความเห็นว่าประสิทธิผลองค์กร หมายถึง สมรรถนะ (capacity) ขององค์กรในการที่จะอยู่รอด (survival) ปรับตัว (adapt) รักษาสภาพ (maintain) และเติบโต (grow) ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีหน้าที่ใดที่ต้องการให้ลุล่วง นอกจากนั้นงานวิจัยของ ชลิตา บุญญา (2557) คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ และโอกาสของ ธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้าง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 270 รายและสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปริญญาตรี มีอายุของธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000,000 บาท ขนาดของ ธุรกิจส่วนใหญ่ มีขนาดเล็ก มีสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท แรงงาน ในธุรกิจ มีน้อยกว่า 20 คน และมี การบริหารธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว นอกจากนี้ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้านการเข้าใจตนเอง และโอกาสของธุรกิจ โดยร่วมกันพยากรณ์ความผันแปรของความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัด กรุงเทพมหานครได้ คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในขณะที่ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความเป็น อิสระด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและด้านความมุ่งมั่น อุตสาหกรรมไม่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ภาวิดา ธนาชัยทวี (2558) ได้ศึกษา โมเดลประเมินประสิทธิผลการส่งออกของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอโมเดลประเมินประสิทธิผลการส่งออกของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ส่งออกกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย ที่มีประสบการณ์ส่งออกไม่น้อยกว่า 3 ปี 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลประเมินประสิทธิผลการส่งออกประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมในองค์กร สิ่งแวดล้อมภายนอก และกลยุทธ์การตลาดส่งออก โดย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านปัจจัยกลยุทธ์การตลาดส่งออกมากที่สุด เนื่องจากส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจสูงที่สุด รองลงมาคือปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร และปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก ตามลำดับ พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร และปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว ข้อมูล ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และข้อมูลปัจจัย ด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อบัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมี ระดับการวัด ดังนี้

1. เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
3. ระดับการศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. รายได้ ระดับการวัดตัวแปรแบบ เรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ Gen y โดยมีระดับการวัดแบบ อันตรภาคชั้น (Interval Scale)

อันตรภาคชั้น (Interval Scale)	ระดับความคิดเห็นด้วย	ค่าคะแนน
1	น้อยที่สุด	1
2	น้อย	2
3	ปานกลาง	3
4	มาก	4
5	มากที่สุด	5

ตารางที่ 2 ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ Gen y

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีระดับการวัดแบบ อันตรภาคชั้น (Interval Scale)

อันตร ภาคชั้น (Interval Scale)	ระดับความคิดเห็นด้วย	ค่าคะแนน
1	น้อยที่สุด	1
2	น้อย	2
3	ปานกลาง	3
4	มาก	4
5	มากที่สุด	5

ตารางที่ 4 ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัย ผลักดัน ปัจจัยสนับสนุน โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

อันตร ภาคชั้น (Interval Scale)	ระดับความคิดเห็นด้วย	ค่าคะแนน
1	น้อยที่สุด	1
2	น้อย	2
3	ปานกลาง	3
4	มาก	4
5	มากที่สุด	5

ตารางที่ 6 ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen y โดยมีระดับการวัด แบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

อันตร ภาคชั้น (Interval Scale)	ระดับความคิดเห็นด้วย	ค่าคะแนน
1	น้อยที่สุด	1
2	น้อย	2
3	ปานกลาง	3
4	มาก	4
5	มากที่สุด	5

ตารางที่ 8 ช่วงคะแนนการวัดระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen y

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จะเป็นนักศึกษา และพนักงานที่มีความคิดที่จะออกมาดำเนินกิจการของตัวเอง ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากมีจำนวนนักศึกษาและพนักงาน จำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเขตในกรุงเทพมหานครแบบอาศัยหลักความน่าจะเป็นโดยผู้วิจัยได้จัดทำฉลากที่มีชื่อเขตทั้งหมด 50 เขต ใส่ไว้ในกล่องแล้วหยิบขึ้นมาจำนวน 4 เขต สุ่มกลุ่มตัวอย่างเขตละ 100 คน ระหว่างวันที่ 15 มีนาคม – 15 เมษายน 2561 ได้แก่ 1. เขตมีนบุรี 2. เขตคลองสามวา 3. เขตสะพานสูง 4. เขตบางกะปิ

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก นักศึกษาจบใหม่ พนักงาน ที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

3.3.2 ผู้วิจัยทำการแจกแจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ นักศึกษาจบใหม่ พนักงาน มีความเข้าใจในคำถาม และความต้องการของผู้วิจัย

3.3.3 ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีระยะเวลาในการทำแบบสอบถาม 4 วัน

3.3.4 ทำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

3.4 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y มีการกำหนดสมมุติฐานดังนี้

3.4.1 ความแตกต่างของปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ มีผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

3.4.2 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3 อิทธิพลของปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ประกอบการ ด้านปัจจัยดึงดูด ด้านปัจจัยผลักดัน และปัจจัยด้านสนับสนุน มีผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต กรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมุติฐานทั้งสิ้นจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

3.5.1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์ สมมุติฐาน ทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการ ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบ ความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

3.5.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis)

3.5.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อปัจจัยด้าน ประสิทธิภาพผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์ สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

4.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis)

4.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะข้อมูลส่วนตัว ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ – หญิง	230	57.5
2.อายุ – 20 -24 ปี	183	45.8
3.ระดับการศึกษา –ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	307	76.8
4.สถานภาพ – โสด	365	91.3
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน – น้อยกว่า 20,000 บาท	203	50.8

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 สถานภาพโสด จำนวน 365 คน ร้อยละ 91.3 รายได้น้อยกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ	3.90	0.502	มาก
รวม	3.90	0.502	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้าน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.502

ตารางที่ 11 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยดึงดูด	4.00	0.563	มาก
ปัจจัยผลักดัน	3.38	0.714	ปานกลาง
ปัจจัยสนับสนุน	3.51	0.644	มาก
รวม	3.62	0.473	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมี ปัจจัยดึงดูด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.563 ปัจจัยสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.644 ทั้งนี้ ผลรวมปัจจัยด้านแรงจูงใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.473

ตารางที่ 12 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ	3.73	500	มาก
รวม	3.73	500	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้าน ประสิทธิผลของผู้ประกอบการ มีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.500

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้ง 4 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธี ของ เชฟเฟ (Scheffe)

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยข้อมูลส่วนตัวด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อระดับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	n	\bar{x}	t	Sig
1 ชาย	170	3.75	1.621	.106
2 หญิง	230	3.70		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 13 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 14 ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบของประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	df.	F	Sig.
1. อายุ	399	3.265	.021*
2.ระดับการศึกษา	399	1.786	.169
3.สถานภาพ	399	.696	.499
4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	399	11.817	.000*

จากตารางที่ 14 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านระดับการศึกษา และด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 15: ตารางแสดงสถิติเปรียบเทียบประชากรศาสตร์ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y แยกเป็นรายคู่ของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	Sig.	คู่ที่ต่าง
1.อายุ	3.265	.021*	20 – 24 ปี กับ 25-29 และ 25-29 ปี กับ 35-39 ปี
2.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	11.817	.000*	น้อยกว่า 20,000 บาทกับ 20,000 – 30,000 บาท

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

จากตารางที่ 15 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน 2คู่ คือ ระดับอายุ 20-24 ปี กับ 25-29 ปี และ 25-29 ปี กับ 35-39 ปี และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1 คู่คือ น้อยกว่า 20,000 บาท กับ 20,000 บาท – 30,000 บาท ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2: อิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 16 ตารางแสดงความสัมพันธ์แบบความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis)

ด้านลักษณะของผู้ประกอบการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P -Value)
ด้านลักษณะของผู้ประกอบการ	.486	11.104	.000*

R2 =.237 F-Value = 123.293 N=400 P-Value = 0.05*

จากตารางที่ 16 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ร้อยละ 48.6

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3: อิทธิพลของปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดันและปัจจัยสนับสนุน ส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 17 ตารางแสดงความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ด้านแรงจูงใจ	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P -Value)	ลำดับ
1.ปัจจัยดึงดูด	.091	2.112	.035*	2
2.ปัจจัยผลักดัน	-0.68	-1.444	.149	-
3.ปัจจัยสนับสนุน	.439	11.995	.000*	1

R2 = .314 F-Value=60.535 N=400 P-Value = 0.05*

จากตารางที่ 17 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลในภาพรวม ร้อยละ 31.40 โดยมีปัจจัยด้านดึงดูดมีอิทธิพลร้อยละ 0.91และ ปัจจัยสนับสนุนมีอิทธิพลร้อยละ 43.9 ส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทสรุปการวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร และ ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

5.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 230 คน ร้อยละ 57.5 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 183 คน ร้อยละ 45.8 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 สถานภาพโสด จำนวน 365 คน ร้อยละ 91.3 รายได้น้อยกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.502 ปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.82 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.403 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ด้านปัจจัยดึงดูด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.563 และปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.500

5.1.2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่มและจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe) ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และ จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านระดับ

การศึกษา และด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านกระบวนการบริหารส่งผล ปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ กลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลในภาพรวม ร้อยละ 31.40 โดยมีปัจจัยด้านดึงดูดมีอิทธิพลร้อยละ 0.91 และ ปัจจัยสนับสนุน มีอิทธิพลร้อยละ 43.9 ส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยอธิบายตามสมมุติฐานดังนี้

5.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 : ความแตกต่างของปัจจัยลักษณะบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันผลการวิจัยพบว่า ด้านเพศ ระดับการศึกษา และ สถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 : อิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Yukl (1998) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จสูง การศึกษาพบว่า สามารถระบุคุณลักษณะของผู้นำได้ดังนี้ มีความอดทนต่อความเครียด มีความมั่นใจในตนเอง มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของตนเอง มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดี มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น มีอำนาจทางสังคม มีความต้องการในความสำเร็จ และมีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่น และสอดคล้อง Schermerhorn, Hunt & Osborn (2003) กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะของผู้นำและคุณลักษณะของบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำถึงความแตกต่างและการพยากรณ์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นโดยผลการศึกษามากมายยังมีระดับความสอดคล้องต่ำจึงไม่สามารถระบุถึงปัจจัย คุณลักษณะที่ชัดเจนได้ ที่สามารถระบุจุดแข็งของผู้นำมีดังนี้ มีพลังมีการปรับตัวหรือมีความอดทนต่อความเครียด (Energy and adjustment or tolerance) มีความตื่นตัวอยู่เสมอ มีความอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ไม่ดี และสามารถควบคุมอารมณ์ตัวเองได้ดี มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม (Prosocial power motivation) มีความต้องการด้านอำนาจสูงและใช้อำนาจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น มีการมุ่งความสำเร็จ (Achievement orientation) มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีแรงขับเคลื่อนที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆได้ดี มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional Maturity) เป็นผู้ที่สามารถปรับอารมณ์ตนเองได้ดี เมื่อประสบกับเหตุการณ์ต่างๆที่ไม่คาดฝัน มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนในการบริหารงานต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จ

มีความยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity) เป็นพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการยึดมั่นในหลักการ ความซื่อสัตย์ สุจริต จริยธรรม และความน่าเชื่อถือ มีความบากบั่นอดุสาหะ (Perseverance or tenacity) มีความสามารถที่จะแก้ไขปัญหา อุปสรรคต่างๆ มีความสามารถในการรับรู้ ความฉลาด มีความเข้าใจในด้านสังคม (Cognitive ability, Intelligence, Social intelligence) สามารถรับรู้และเข้าใจในงานและสามารถถ่ายข้อมูลได้เป็นทอดออกมาอย่างดี รวมถึงมีความเข้าใจบทบาททางสังคม มีความรู้เกี่ยวกับงาน (Task-relevant knowledge) มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างดี และ มีความยืดหยุ่น (Flexibility) มีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แก้ไขข้อกำหนดการต่างๆที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม และในลักษณะของผู้ประกอบการยังมีส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ นีออร์ ทิพย์ดวงดี (2556) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา และสมบุญณ์ วัลยาสัตยารักษ์วิทย์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

5.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 : อิทธิพลของปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยสนับสนุน ส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยดึงดูด กับ ปัจจัยสนับสนุน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี Reeder (1971) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัย หรือสาเหตุที่มีต่อ การกระทำทางสังคมว่า ในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน แต่ละบุคคลจะมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน โดยการตัดสินใจนั้น จะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่า สอดคล้องหรือตรงกับปัญหาเหตุผลบางประการ อาจจะต้องดำเนินการตัดสินใจ ดังนั้น การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ ด้วยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวที่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยประการเดียว แต่จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่นำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ประกอบด้วย จุดมุ่งหมาย (Goals) คือ ลักษณะความเชื่อ ความรู้ กิจวัตรหรือสภาพความเป็นอยู่ ที่บุคคลต้องการ ความมุ่งหมายที่จะให้บรรลุผลในความเชื่อ (Belief Orientation) คือ การรับรู้หรือความเข้าใจของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มคน ที่เป็นผลมาจากความเชื่อที่ได้จากคนอื่นหรือเป็นแนวคิด หรือความรู้ที่สะสมมา ค่านิยม (Value) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตนเอง เป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร ดังนั้น ค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคล โดยบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถืออยู่ และนิสัยและขนบธรรมเนียม (Habit and Customs) คือแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้มาช้านาน สืบต่อกันมาด้วยประเพณีตามท้องถิ่น

ปัจจัยผลัก (Push Factors) ประกอบด้วย ความคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ซึ่งคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นยึดถือปฏิบัติและกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของ บุคคล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวัง และ

ท่าทีของบุคคลอื่นด้วย ข้อผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่ผู้กระทำนั้นเชื่อว่ากระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ตนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งผู้กระทำจะทตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่นดังนั้น ข้อผูกพันจึงมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลนั้น และการบังคับ (Forces) เป็นความเชื่อที่อยู่ในใจของผู้กระทำว่าตนเองต้องตัดสินใจหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งโดยที่ตนเองรู้สึกว่าจะไม่มีทางเลือกอื่น ๆ อีก นอกจากจะต้องประพฤติปฏิบัติตามในสถานการณ์ที่ผู้กระทำตั้งใจกระทำสิ่งต่าง ๆ แต่ยังไม่แน่ใจว่า การกระทำนั้น ดีหรือไม่การบังคับ จะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้น ให้ผู้กระทำตัดสินใจปฏิบัติได้เร็ว

ปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors) ประกอบด้วย โอกาส (Opportunity) คือ ความเชื่อของผู้กระทำที่มีต่อสถานการณ์หรือ ทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อผู้กระทำพิจารณาแล้ว เห็นว่า ภายใต้สถานการณ์นั้นจะมีช่องทางจังหวะหรือเวลาที่เหมาะสมและเปิดโอกาสให้เลือกทำ ได้ความสามารถ (Ability) คือ การรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับกำลังหรือพลัง ของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนบรรลุผลสำเร็จ ผู้กระทำต้องคิดถึงความสามารถของตนเองก่อนที่จะมีการตัดสินใจและกระทำทางสังคม เพราะรู้ว่าถ้าตัดสินใจกระทำไปแล้ว จะมีความสามารถกระทำได้นั่นเอง ดังนั้น บุคคลที่จะกระทำพฤติกรรมใด ๆ จะพิจารณาถึงความสามารถของตนเองเสียก่อนที่จะทำ และการสนับสนุน (Support) คือ การช่วยเหลือซึ่งผู้กระทำเชื่อว่ากำลังได้รับจากผู้อื่น ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้กระทำจะเป็นผู้เลือกดังนั้น บุคคลมักมีความโน้มเอียงที่จะตัดสินใจและกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเมื่อรู้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น และสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ Maslow (1954) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ มาสโลว์มองว่าความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อคนเราได้ความต้องการถึงขั้นหนึ่งแล้ว คนเราก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ความต้องการที่มาสโลว์กล่าวไว้มีทั้งหมด 5 ชั้น คือ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or safety needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (Affiliation or Acceptance needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรักจากผู้อื่น ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคน ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ และความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

จากทฤษฎีของมาสโลว์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแบ่งความต้องการออกเป็น 2 ระดับคือ ความต้องการในระดับต่ำ (Lower order needs) ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย, ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง และความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ และความต้องการในระดับสูง (Higher order needs) ประกอบด้วย ความต้องการการยกย่องและความต้องการความสำเร็จในชีวิต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของของ เสกสรร อรกุล (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เมท เทลคอม จำกัด และ ศิริวรรณ ศิริเดชาพันธ์ (2557) การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา : ศูนย์ปฏิบัติการสินค้าธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

5.3.1 การนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดเกณฑ์เพื่อพิจารณาหรือประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นในการคัดเลือกบุคคลากรเข้ามาทำงานในองค์กรต่อไป

5.3.1.2 จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริหารส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ดังนั้น ข้อเสนอแนะต่อองค์กร จึงควรเน้นในการปรับปรุงในเรื่องของกระบวนการบริหารให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

5.3.1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับแนวทางการทำงานขององค์กร เช่น มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดี มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม เป็นต้น

5.3.1.4 จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y ดังนั้น ผู้ประกอบการควรตั้งเป้าหมายในการบริหารงานในองค์กรอย่างชัดเจน พันธกิจ วิสัยทัศน์ เพื่อการเจริญเติบโตทางธุรกิจต่อไป

5.3.2 การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้ประกอบการ Gen Y เช่น ความคาดหวังในการประกอบธุรกิจ ความพึงพอใจในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการเป็นผู้ประกอบการ อันจะนำมาสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดีขึ้น

5.3.2.2 ควรทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่เป็นผู้ประกอบการแล้ว เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อให้ได้ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการเป็นผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ อินทร์น้อย. (2553). กระบวนการการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กรรณิการ์ โพธิ์ลังกา. (2556). การศึกษาลักษณะส่วนบุคคล วัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์และสภาพแวดล้อม ภายในองค์กร ที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในย่านธุรกิจจตุจักร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จินดาลักษณ์ วัฒนสินธุ์. (2551). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชานโยบายสาธารณะและการวางแผน หน่วยที่ 6 เรื่อง การประเมินผลนโยบาย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิรเทพ เสนิงวงศ์. (2556). ชุมพลังของคน Gen Y ที่ไม่อาจมองข้าม. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/phrasiam/Documents/Phrasiam_3_2556/no.15.pdf
- ชลิตา บุญญา. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัชวาล ทัดศิวิชัย. (2553). จูงใจคน GEN-Y ตอนแรก. สืบค้นจาก <http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=2530>
- ณิชา คงสืบ. (2558). แรงจูงใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดี ขององค์กรที่มีผลต่อการ ทำงานเป็นทีม กรณีศึกษา: บริษัท ลิสซิ่ง แห่งหนึ่ง เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชาภา สายทอง. (2557). แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ชนพล วีราสา และ ไบรอัน ฮันท์. (2551). ถอดรหัส DNA พันธุ์ใหม่ เจาะกลุ่มผู้ประกอบการ Gen Y. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9510000144679>
- นายธนัฐพล ชะอุ่ม. (2558). ตัวแบบการบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- นอร ทิพย์ดวงดี. (2556). ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพชรรัตน์ ศิริวัฒนาบุรุษย์. (2559). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงาน มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ภัทรดนัย พิริยะชนภัทร (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ E-COMMERCE. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาคภูมิ นันทปรีชา. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการดำเนินงานโดยตัวชี้วัดตามแนวคิด Balanced Scorecard : กรณีศึกษา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภาวิดา ธนาธิฎทวี. (2558). ได้ศึกษา โมเดลประเมินประสิทธิผลการส่งออกของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษของประเทศไทย. วารสารปารีสชาติ (59-75), มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วศิน สันทรณ. (2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ระดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิไลพร ทวีลาภพันทอง. (2556). วิจัยคน"เจนวาย" ในองค์กรพุ่งปี 2559 เน้นธุรกิจปรับกลยุทธ์คนรุ่นใหม่-แก้ด้านปัญหาสมองไหล. สืบค้นจาก <http://news.thaipbs.or.th/content/174974>
- ศิริวรรณ ศิริเดชานนท์. (2557). การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานกรณีศึกษา: ศูนย์ปฏิบัติการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- เสกสรร อรกุล. (2556). ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทเมทเทิลคอม จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/9948>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลส่วนตัว คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการบริหาร และแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ Gen Y

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท โดยข้อมูลที่ได้นำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้นและจะ ถูกเก็บเป็นความลับตั้งนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงและครบทุกข้อ และขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ ที่นี้

แบบสอบถามประกอบประกอบด้วยเนื้อหา 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ส่วนที่4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ

ส่วนที่1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ (ปี)

20-24 ปี 25-29 ปี 30-34ปี 35-39ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4.สถานภาพ

โสด สมรส หย่าร้าง/หม้าย

5.รายได้/ต่อเดือน

น้อยกว่า20,000 บาท 20,000-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัย ด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. ท่านมองหาธุรกิจใหม่ๆอยู่เสมอ					
2. ท่านพร้อมที่จะเผชิญปัญหาต่างๆในการทำธุรกิจ และใช้เวลาหาคำตอบเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ					
3. ท่านมีความอดทนต่อความหลากหลายแนวคิดของคน ที่ร่วมงานกับท่าน					
4. ท่านชอบแสวงหาโอกาสใหม่ๆทางธุรกิจ และงานธุรกิจ ที่ท้าทาย					
5. ท่านให้ความสนใจในความสำเร็จระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ					
6. ท่านชอบการเรียนรู้ในธุรกิจใหม่					
7. ท่านวางแผนชีวิตกับการดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆกัน					
8. ท่านเป็นนักฟังที่ดีในการพูดคุยกับผู้อื่นในด้านธุรกิจ					
9. ท่านมีความเชื่อมั่นในตัวเองในการประกอบธุรกิจ					
10. ท่านมีความรับผิดชอบในงานธุรกิจที่ท่านทำด้วยความเต็มใจ					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ปัจจัยดึงดูด					
1. ท่านต้องการมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง					
2. ท่านต้องการอิสระในการทำงาน					
3. ท่านต้องการความมั่นคงในฐานะ					
4. ท่านต้องการความก้าวหน้าในกิจการ					
ปัจจัยผลักดัน					
5. ท่านพอใจกับรายได้ที่ได้รับจากงานประจำ					
6. ท่านรู้สึกว่าคุณเองเหมาะสมกับงานหรือบริษัทที่ท่านทำ					
7. ท่านรู้สึกว่าการงานที่ท่านทำอยู่มีความมั่นคง					
8. ท่านถูกคาดหวังให้เป็นผู้ประกอบการจากครอบครัว					
ปัจจัยสนับสนุน					
9. ท่านมีโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ หรือเห็นแนวทางในการเป็น ผู้ประกอบการ					
10. ท่านมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี					
11. ท่านอุปนิสัยในการวางแผนงาน กำหนดเป้าหมายและควบคุม ระบบในการทำงานด้วยตนเองได้					
12. ท่านได้รับการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจจากครอบครัว หรือ เพื่อนฝูง					
13. ท่านมีเงินทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านระดับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. ระดับประสิทธิผลของท่านในเรื่องวิสัยทัศน์ ไหวพริบ และทักษะ ในการประกอบธุรกิจ					
2. ระดับประสิทธิผลของท่านในการบริหารจัดการที่หลากหลายและ ถูกต้องในการประกอบธุรกิจ					
3. ระดับประสิทธิผลของท่านที่เป็นผู้นำ และทำให้บุคคลเชื่อถือใน การประกอบธุรกิจ					
4. ระดับประสิทธิผลของท่านในการแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างรวดเร็ว ในการประกอบธุรกิจ					
5. ระดับประสิทธิผลของท่านในการปฏิบัติยึดถือธรรมาภิบาลในการ ประกอบธุรกิจ					
6. ระดับประสิทธิผลของท่านในการบริหารเชิงปริมาณและคุณภาพ ในการประกอบธุรกิจ					
7. ระดับประสิทธิผลของท่านในการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ					
8. ระดับประสิทธิผลของท่านในการเป็นนักวิเคราะห์ที่ดีในการประกอบธุรกิจ					
9. ระดับประสิทธิผลของท่านในการจัดการความรู้ความสามารถใน การทำงานในการประกอบธุรกิจ					
10. ระดับประสิทธิผลของท่านในการวางแผน เริ่ม ปฏิบัติงานจริงในการประกอบธุรกิจ					