

การค้นคว้าอิสระ เรื่องคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย

Entrepreneurial characteristics that affect business success of OTOP products level of 4 stars and above in the central region of Thailand

สุชาติ จรประดิษฐ์

Suchart Jonpradit

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการดังนี้ (1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป ที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย (2). เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย และ (3). เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย จำนวน 1,134 ราย การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกตามอัตราส่วนของผู้ประกอบทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย แล้วสุ่มตัวอย่างง่าย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) และใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ผลการศึกษพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านสถานะภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพหลัก/ อาชีพรอง ด้านรายได้ส่วนต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอายุ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 5 ด้านซึ่งประกอบด้วย ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ด้านการยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) ด้านการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) และด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกทุกด้าน

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ, ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ, ผู้ประกอบการของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป

ABSTRACT

This research has 3 objectives as follows: (1) to study the demographic characteristics of Entrepreneur of OTOP products level of 4 stars and above that have effect on business success in the central region of Thailand (2) to study the characteristics of entrepreneurship that affect the business success of OTOP products level of 4 stars and above in the central region of Thailand and (3) to study the business success factors of entrepreneurs in OTOP products level of 4 stars and above in the central region of Thailand.

The population are entrepreneurs who produce OTOP products that has been selected to be the top national products in the category of food products from 4 stars and above in the central region of Thailand, totaling are 1,134. The Sampling of research using Stratified Random Sampling method by the ratio of business entrepreneurs of One Tambon One Product (OTOP), then randomly selected, the researchers used questionnaires that passed the quality check as a

research tool, analyzed the data by using Chi-square statistics and using Correlation Coefficient Analysis,

The results of the hypothesis testing showed that demographic characteristics of status, education level, primary / secondary occupation, monthly personal income were related to the business success of OTOP product level 4 stars and above were statistically significant, while demographic characteristics, gender and age were not significantly related to the business success of OTOP products and results of the hypothesis testing found that the entrepreneurial characteristics in all 5 aspects, which include innovativeness, Risk Taking, Proactiveness, Competitive Aggressiveness, Autonomy were related to the business success of OTOP product level 4 stars and above with Statistical significance, with moderate to low relationships and positive aspects in all aspects.

Keywords : Characteristics of Entrepreneur, Business success, One Tambon One Product (OTOP).

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการที่เกิดขึ้นในช่วงที่ประเทศไทยกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้าซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศคือปัญหาความยากจน รัฐบาลต้องการลดปัญหาความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาโดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยภาครัฐช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย และอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ (ชูศักดิ์ เดชเกียรียงไกรกุล, นิตศน์ คณะวรรณ, 2546. หน้า 9-31)

ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศต่างๆ กำลังแข่งขันกันอย่างมากทั้งด้านการค้า การลงทุน และการสื่อสาร ท่ามกลางบรรยากาศของกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าของวิทยาการแขนงต่างๆ การพัฒนาเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP นับเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่งที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก ด้วยการอาศัยการพึ่งพาเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศควบคู่กันด้วย (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://www.cdd.go.th/>)

การดำเนินธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) ที่ประสบผลสำเร็จในระดับ 4 และ 5 ดาว ผู้ประกอบการถือว่าเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก โดยธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ การฝึกอบรมด้านธุรกิจ หรือบางคนอาจได้เรียนรู้ประสบการณ์ด้านธุรกิจมาก่อนในขณะที่อีกหลายๆ คนอาจจะต้องเข้าศึกษาเรียนรู้จากระบบการศึกษาโดยตรง หรือบางคนอาจจะต้องศึกษาฝึกหัดจากความสำเร็จของผู้ประกอบการอื่นๆ ที่มีประสบการณ์ ดังนั้น คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการจึงน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนนำไปสู่ความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ดำเนินธุรกิจ บางคนประสบผลสำเร็จ แต่บางคนกลับล้มเหลว สิ่งหนึ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จอาจไม่ใช่เพราะว่ามีเงินทุนมาก แต่กลับเป็นเพราะคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการหลายๆ อย่างรวมกันอยู่ในตัวบุคคลนั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป ที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก /อาชีพรอง และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Feature of Entrepreneurs) หมายถึง สมรรถนะของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งแสดงให้เห็นถึง 1) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) 3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 4) ความก้าวร้าวในแข่งขัน (Competitive aggressiveness) 5) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป เขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ซึ่งทำหน้ารับผิดชอบโดยนำทรัพยากรต่างๆ มาดำเนินการจัดระเบียบและบริหารธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ความสำเร็จทางธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินทางธุรกิจ ที่แสดงออกมาในด้าน 1) สภาพความเป็นไปทางด้านการเงิน 2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ 3) การได้รับความยืดหยุ่นผูกพันจากพนักงาน

จังหวัดภาคกลาง หมายถึง เขตปกครองรูปแบบพิเศษ (กรุงเทพมหานคร) และจังหวัดต่างๆ 25 จังหวัด ประกอบด้วย กาญจนบุรี, จันทบุรี, ฉะเชิงเทรา, ชลบุรี, ชัยนาท, ตราด, นครนายก, นครปฐม, นนทบุรี, ปทุมธานี, ประจวบคีรีขันธ์, ปราจีนบุรี, พระนครศรีอยุธยา, เพชรบุรี, ระยอง, ราชบุรี, ลพบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสงคราม, สมุทรสาคร, สระแก้ว, สระบุรี, สิงห์บุรี, สุพรรณบุรี และอ่างทอง

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยมีขอบเขตที่ชัดเจนและรัดกุมจึงได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาการวิจัย และขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยแห่งความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP))

2. ขอบเขตด้านประชากร (Population) ประชากร คือผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป

3. ขอบเขตด้านพื้นที่เก็บข้อมูล ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล คือระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ถึง เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2563

ทฤษฎี และแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี /แนวคิดที่เกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ นักวิชาการที่เสนอแนวคิดดังกล่าว เช่น Lumpkin and Dess (1996) กล่าวว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการควรสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการปฏิบัติงานในองค์การ วิธีการดำเนินงาน และรูปแบบการบริหารจัดการ โดยเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นเสมือนภาพสะท้อนจาก กิจกรรมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์การ และยังส่งผลโดยตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจ โดยคุณลักษณะที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการในองค์การมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เลือกใช้นั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และบริบทขององค์กร ในช่วงเวลานั้นๆ และได้จำแนกองค์ประกอบของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) (2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) (3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) และ (5) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking)

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยฟรายส์ และคณะ (Fry et al., 1998, pp 25-33) กล่าวว่าธุรกิจใดไม่ว่าขนาดจะเล็กหรือขนาดใหญ่ จะประสบความสำเร็จหรือไม่สามารถพิจารณาจากตัววัดดังนี้ 1) สภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน (Finance Performance) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของสภาพความเป็นไปทางการเงินคือกำไรนั่นเอง 2) การตอบสนองของความต้องการของลูกค้า (Need) ธุรกิจจะต้องมีลูกค้าไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตาม การที่ธุรกิจได้กำไรมาขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด 3) การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Building Quality Product and Service) ในปัจจุบันการทำธุรกิจต้องเน้นคุณภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการ ลูกค้าไม่สามารถรับได้หากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ราคาจะต่ำก็ตาม 4) การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) จากการศึกษาที่ลูกค้ามีทัศนคติและความนิยมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเรียกร้องของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การที่คู่แข่งมีความพยายามค้นหาวิธีใหม่ๆ ในการเอาชนะฝ่ายตรงข้ามอยู่เสมอ ทำให้องค์กรต้องพยายามหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กร วิธีที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้คือการคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม 5) การได้รับความเชื่อมั่นผู้พ้นจาก

พนักงาน (Gaining Employee Commitment) โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมักจะประกอบไปด้วยพนักงานที่เอาใจใส่ ในงานที่พวกเขาปฏิบัติ พนักงานมีความภาคภูมิใจในงานและผูกพันกับงานที่ทำ มีความยึดมั่นกับองค์กร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไปต่างกัน

2. ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่างกันจะมีความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไปต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variable)



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจในเขตจังหวัดภาคกลางของประเทศไทยซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 1,134 ราย มีขนาดตัวอย่างจำนวน 291 ราย โดยใช้ตารางของ R.V. Krejcie และ D.W. Morgan (1970 อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563 : 48-49) การสุ่มตัวอย่างใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบตัวอย่างแบบแบ่งชั้นนภูมิ (Stratified Random Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การการตอบแบบสอบถามทางโทรศัพท์ และวิธีออนไลน์ (Online) สถิติในการวิจัย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับความสำเร็จทางธุรกิจผู้ประกอบการ และใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ กับความสำเร็จทางธุรกิจผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 และเป็นเพศชายมีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่มีสถานะภาพสมรสแล้วมีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก/ อาชีพรองเป็นนักธุรกิจ/ ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านสถานะภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพหลัก/ อาชีพรอง ด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอายุ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ความสำเร็จทางธุรกิจ

ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์	ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ		
	ด้านสภาพความเป็นไปทางการเงิน	ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ด้านการได้รับความยืดหยุ่นผูกพันจากพนักงาน
เพศ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
อายุ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
สถานะภาพ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ
ระดับการศึกษา	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ
อาชีพหลัก/ อาชีพรอง	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ	มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 5 ด้านซึ่งประกอบด้วย ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ด้านการยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) ด้านการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) และด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกทุกด้าน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จทางธุรกิจ

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ		
	ด้านสภาพความเป็นไปทางการเงิน	ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ด้านการได้รับความยืดหยุ่นจากพนักงาน
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.203)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.487)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.440)
ด้านการยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.264)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.410)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.383)
ด้านการทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.320)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.558)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.394)
ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.415)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.442)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.356)
ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.213)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.317)	มีนัยสำคัญทางสถิติ, (r=0.384)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลจากการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านสถานะภาพด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพหลัก/ อาชีพรอง ด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา, พีชญาดา พันผา (2561) ที่พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางในการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นารินี แสงสุข (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านบุคลากรของ SMEs ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ แตกต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านบุคลากรแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านวุฒิการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการที่มี วุฒิการศึกษาต่างกันมีความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ผลการการศึกษาพบว่าความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไปเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จพยายามแสวงหาคาดการณ์ และริเริ่มนำสิ่งใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจ และมีการนำเทคโนโลยีมาสร้างสรรผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพิวิภา เกตุเทียน (2556) และสอดคล้องแนวคิดของ Schumpeter and Capitalism (1976) ที่ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือผู้ที่สามารถคาดการณ์ และวิเคราะห์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างแม่นยำ โดยพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดจากประสบการณ์ หรือการทดลอง แล้วนำไปสู่พัฒนาความคิดสร้างสรรค์โดยมีจุดมุ่งหมาย ให้เป็นกระบวนการทำงาน สินค้า หรือบริการใหม่ๆ ซึ่งคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมยังส่งผลโดยตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ฟรายส์ และคณะ (Fry et al., 1998) ที่ว่าธุรกิจใดไม่ว่าขนาดจะเล็กหรือขนาดใหญ่ จะประสบความสำเร็จหรือไม่สามารถพิจารณาจากตัววัดเกี่ยวกับการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวีรัตน์ เมืองโคตรยุพารักษ์ ชัยเสนา และสดชื่น อุดอามาตย์ (2557) ที่พบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบกับความสำเร็จทางการตลาด

3) ด้านการยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) ผลการการศึกษาพบว่าด้านการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไปเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จพยายามเลือกสิ่งที่ทำหาย กล้าเสี่ยงต่อการลงทุน และคิดว่าการลงทุนย่อมมีความเสี่ยง และเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จต้องเผชิญกับความเสี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ แคทรียา พร้อมเพียง (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจคือผู้ที่ชอบความเสี่ยง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kuratko & Hodgett (2001) ที่ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือผู้ที่เปลี่ยนโอกาสให้เป็นความคิดที่สามารถทำตลาดได้ สร้างคุณค่าเพิ่มโดยใช้เวลา เงิน ความพยายามและทักษะ และยอมรับความเสี่ยงต่างๆ ที่มีการแข่งขัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพิวิภา เกตุเทียน (2556) ที่ว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 43.80 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายธิดา สระบกแก้ว (2559) ที่พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Corsini (2002) และภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545) ที่ว่า

คุณลักษณะของผู้ประกอบการควรประกอบด้วย 4 ประเด็นหลักคือ มีความต้องการประสบความสำเร็จ กล้าเสี่ยง มีความมั่นใจในตัวเอง และมีความต้องการแสวงหาความปลอดภัย

4) ด้านการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ผลการการศึกษาพบว่าด้านการทำงานเชิงรุก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ระดับ 4 ดาวขึ้นไปเขตจังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จะมีการคาดการณ์ถึงความต้องการสินค้าของผู้บริโภค การแสวงหาแนวทางเพื่อเป็นผู้นำตลาด โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการที่ใหม่หน้าคู่แข่ง และพยายามปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของตนเองอยู่ เสมอสอดคล้องกับแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996) ที่ว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการทำงานเชิงรุกคือการที่ผู้ประกอบการพยายามมองหาโอกาสที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ก่อนคู่แข่ง ด้วยการคาดการณ์ ความต้องการของผู้บริโภคใน อนาคต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคต ส่งผลทางบวกต่อผลในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Courpasson (2011) ที่ว่าการทำงานเชิงรุกเป็นการให้ความสำคัญกับความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการของตลาดในอนาคต หรือแม้กระทั่ง ความเปลี่ยนแปลงเพื่อออกจากสภาพแวดล้อมเดิมไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมใหม่ของตนเอง

5) ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) เนื่องจากผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นพยายาม และดำเนินธุรกิจทุกวิถีเพื่อให้ได้เปรียบในทุกๆ ด้าน และหากกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการวิจัย พบว่าระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีอิทธิพลผลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Lumpkin and Dess, 1996) ที่ว่าความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) เป็นส่วนประกอบสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจ การใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ความก้าวร้าวในการแข่งขันเป็นลักษณะทางของการต่อสู้เพื่อตอบสนองเป้าหมายเชิงรุกโดยมุ่งเป้าไปที่การเอาชนะภัยคุกคามในตลาด รวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและการกำหนดกลยุทธ์ โดยมุ่งเป้าไปที่การปกป้องตำแหน่งทางการตลาดหรือต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรรัตน์ เมืองโคตร ยุพาภรณ์ ชัยเสนา และสดชื่น อุดอามาตย์ (2557) ที่ว่าความก้าวร้าวในการแข่งขัน (ความแกร่งในการแข่งขัน) และมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจ

6) ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) ผลการวิจัยพบว่าความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถบริหาร สามารถตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าการดำเนินธุรกิจนั้นจะได้กำไรหรือขาดทุน นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่มีอิสระในการตัดสินใจจะสามารถแก้ปัญหาและเผชิญ

กับสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรรัตน์ เมืองโคตร ยุพาภรณ์ ชัยเสนา และสดชื่น อุดอามาตย์ (2557) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Lumpkin and Dess, 1996) ที่ว่าความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) เป็นการสร้างโอกาสจากแนวความคิดใหม่ๆ ไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา, พิษญาดา พันธมา (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าความมั่นใจในตนเอง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสูงมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1). ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่ได้จากข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งจากผลการวิจัยนั้น ด้านสถานะภาพ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีสถานะภาพสมรสแล้ว ในส่วนนี้ผู้วิจัยเห็นในการดำเนินธุรกิจอาจจะต้องมีผู้ที่ควรปรึกษาและให้กำลังใจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นอกจากนี้จากการศึกษาเห็นควรว่าผู้ประกอบการควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อยกระดับการศึกษารวมทั้งเพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาสินค้า และเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีอาชีพนอกเหนือจากการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้และนำรายได้เหล่านั้นมาลงทุน เพื่อความสำเร็จทางธุรกิจต่อไป ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอายุ เนื่องจากปัจจุบันเรามีความเท่าเทียมกัน ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจึงไม่มีข้อจำกัดว่าจะเป็นชายหรือหญิง หรืออายุเท่าใด

2). ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่ได้จากข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จากผลการวิจัยครั้งนี้เห็นควรว่าผู้ประกอบการควรนำสิ่งใหม่ๆ รวมถึงนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และต้องกล้าเสี่ยงในการลงทุนโดยมีการคาดการณ์ และมองอนาคตของการแข่งขัน รวมถึงการทำงานเชิงรุก และต้องยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อผลกำไร และควรมีอิสระในการตัดสินใจด้วยตัวของผู้ประกอบการเองเพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ และเพื่อความสำเร็จในการทำธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. กระทรวงมหาดไทย. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.cdd.go.th/>.
 แคทรียา พร้อมเพียง. (2558). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์. ตาก : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, และนิทัศน์ คณะวรรณ. (2546). *การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นารินี แสงสุข. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านบุคลากรของ SMEs ในกรุงเทพมหานคร*. รายงานวิจัย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2545). *การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและกลางในจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2557). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวลี วงศ์ไชยา, พิชญาดา พันผา. (2561). *อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. วารสารสมาคมนักวิจัย. 23 (2) : 139-151.
- สายธิดา สระกบแก้ว. (2559). *คุณลักษณะและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มกึ่ง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวีรัตน์ เมืองโคตร, ยุพภรณ์ ชัยเสนา และสดชื่น อุดอามาตย์. (2557). *การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดกาฬสินธุ์*. รายงานวิจัย เทคโนโลยีสังคม. กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์.

- Corsini, R. J. (2002). *The Dictionary of Psychology*. New York: Bruner-Routledge.
- Courpasson, David, Golsorkhi, Damon. 2011. Power and Resistance: Variations on "what's going on politically in and around organizations?". *Management*, 14 (1): 1-46 P.
- Fry, Fred L., Stoner, Chales R., and Hattwick, Richard E. (1998). *Business : an integrative Framework*. Boston : McGraw-Hill.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary approach* (5 ed.). Florida: Dryden Press Fort Worth.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of business venturing*, 16(5), 429-451.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Schumpeter JA (1951) *Change and the entrepreneur*. In: Clemence R.V. (ed) *Essays of JA Schumpeter*, Addison-Wesley, Reading, MA
- Schumpeter, J. A., *Capitalism, Socialism and Democracy*. (1942). (New York: Harper Perennial, 2008).