



การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554

**FACTORS DETERMINING SME ENTREPRENEURSHIP OF THE STUDENTS
OF FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, SILPAKORN UNIVERSITY**



By
Lipilah Ongarch
Arlisa Chaithip

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Arts Program in General Business Management
Faculty of Management Science
SILPAKORN UNIVERSITY**

2011

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณา
แล้วอนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร” เสนอโดยนางสาวลิปริหลา อองอาจ และนางสาวอริษา
ชัยทิพย์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



.....
(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
วันที่เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร)
..... / /

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ) ระดับปริญญาตรี
..... / /

..... กรรมการ
(อาจารย์กรภัทร พุกฤษชัยกุล)
..... / /

12510138, 12510198 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการรายย่อย

ลิปรีหลา อองอาจ และ อริษา ชัยทิพย์ : การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (FACTORS DETERMINING SME ENTREPRENEURSHIP OF THE STUDENTS OF FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, SILPAKORN UNIVERSITY) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. 67 หน้า.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปและนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 214 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีเกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) 2.51-3.00 มีภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยอยู่ในแหล่งชุมชน บิดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมารดาประกอบอาชีพค้าขาย และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป นักศึกษามีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกรู้สึก และด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับมาก และทัศนคติของนักศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยนั้นมีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความวิริยะอุตสาหะตามลำดับ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา 1 2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

12500138, 12510198: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORD: SME / ENTREPRENEURSHIP

LIPILAH ONGARCH AND ARLISA CHAITHIP: FACTORS DETERMINING
SME ENTREPRENEURSHIP OF THE STUDENTS OF FACULTY OF MANAGEMENT
SCIENCE, SILPAKORN UNIVERSITY. RESEARCH ADVISOR: TANIRAT
RATTANAPONGPINYO, Ph.D. 67 pp.

Abstract

The research aims to study the attitude of and identify the factors that determine the SME entrepreneurship. The study population consists of 214 4th-year students majoring in general business management and marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn. The research uses a questionnaire as a tool for data collecting, and the data analysis employs the SPSS program of which the result is in the average, percentage and standard deviation forms.

The research results found that most students were female with a grade point average (GPA) between 2.51 and 3.00. They live in a local community. Their father owns business and most of their mothers are sellers. Monthly expenses are 5,001 baht or more. The level of the students' attitude toward the SME entrepreneurship in terms of knowledge, understanding and dealing behavior is high. Such attitude correlated in the same way with a SME entrepreneurship. The factors that determine the SME entrepreneurship were the corporate social responsibility and the working perseverance respectively.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2011

Students' signatures 1..... 2.....

Research Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยเป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำและ ข้อคิดเห็นตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัยเป็นอย่างดี รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำสิ่งต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยเสมอมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุน เอื้อเฟื้อทุนทรัพย์ และให้กำลังใจตลอดมา ขอขอบคุณนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ทั่วไป และ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้ความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดด้วยประการใดๆ ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้และ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษาต่อไป

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่จะได้รับ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	7
ประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)	7
ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม(SMEs)ในระบบเศรษฐกิจไทย	10
ลักษณะเด่นของธุรกิจขนาดย่อม	11
การจัดหาเงินทุนของธุรกิจขนาดย่อม	11
ความต้องการเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ	12
การวางแผนความต้องการเงินทุนในอนาคต	13
แหล่งการเงินอื่นๆสำหรับธุรกิจ SMEs	14
แหล่งเงินทุนส่วนบุคคล(individuals as sources of funds)	14
ข้อดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)	16
ข้อเสียของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)	16
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	17
คุณสมบัติเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการควรจะต้องมี	17
ยุทธศาสตร์การสร้างผู้ประกอบการและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่	24

ผลงานวิจัยที่สนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ

บทที่	หน้า
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	25
คุณลักษณะของทัศนคติ	26
ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการขั้นพื้นฐานของมาสโลว์	27
ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของเดวิด ซี แมคเคลเลนด์	29
ข้อมูลของคณะ	30
ประวัติความเป็นมา	30
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต	31
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	31
วิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ตัวแปรที่ศึกษา	37
การกำหนดประชากร	38
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	51
การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	52
ผลอภิปรายผลการวิจัย ระดับปริญญาตรี	53
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	54
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	58
แบบสอบถาม	59



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	9
2	ข้อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่	9
3	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ	41
4	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามสาขาวิชา	41
5	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	42
6	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามภูมิภาค	42
7	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามอาชีพของบิดา	43
8	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามอาชีพของมารดา	43
9	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามผู้ปกครอง.....	44
10	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อเดือน	44
11	ด้านความรู้ความเข้าใจต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	45
12	ด้านความรู้สึกต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	46
13	ด้านพฤติกรรมต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	47
14	การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	48
15	หากไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	49

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันนี้ภาพรวมของธุรกิจของคนไทยก็ถือได้ว่าเป็นความแข็งแกร่งมากขึ้น ยิ่งถ้ามองย้อนเวลาภายหลังภาวะค่าเงินบาทผันผวนได้ผ่านไป พร้อมกับการพิสูจน์ความเข้มแข็งของนักธุรกิจรวมถึงวิธีการคิดที่ปรับตัวพร้อมการยืดหยุ่นกับสภาวะนั้นถือว่า ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งสามารถปรับตัวและหาวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างดี นอกจากนั้นเมื่อสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจพื้นฐานได้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้สภาพเศรษฐกิจไทยโดยรวมถือว่าค่อนข้างพัฒนาได้ดีขึ้นกว่าช่วงก่อนวิกฤตการณ์ การได้รับบทเรียนที่ดีทำให้ระบบเศรษฐกิจของเรายืดหยุ่นพอสมควร การกระจายความเข้มแข็งเข้าไปสู่ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้ระบบธุรกิจกระจายตัวได้สม่ำเสมอ นำเสียดายที่มาเสียดายอีกครั้งก็ในช่วงที่สภาวะการเมืองที่สร้างความสับสนในระยะสองสามปีที่ผ่านมาเท่านั้น

ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นทั้งในระดับธุรกิจพื้นฐานและธุรกิจระดับประเทศ การขยายตัวต่างประเทศเพิ่มทวีคูณอย่างต่อเนื่อง ยิ่งนับวันก็กลายเป็นองคาพยพที่ขาดไม่ได้ของระบบธุรกิจที่แท้จริง สำคัญก็คือ ทำอย่างไรที่ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยดังกล่าวจะยกระดับผลผลิตและประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ การจัดการและรวมถึงคุณภาพของปัจเจกบุคคลในสังคมเพิ่มขึ้น ยังมีระบบธุรกิจระดับภาคประชาชนมากขึ้นแข็งแกร่งขึ้นก็จะยิ่งสร้างความเข้มแข็งต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้นเท่านั้น

ธุรกิจขนาดย่อม(SME) หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก ธุรกิจขนาดย่อม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้ารวมทั้งยังทำรายได้นำเงินตราต่างประเทศจากการส่งออกและยังสามารถผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า อันทำให้ประเทศสามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้จำนวนมากในแต่ละปี เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือนักลงทุนหน้าใหม่ จากธุรกิจเล็กๆและพัฒนาจนเติบโตในที่สุด เป็นหน่วยผลิตที่สนับสนุนและเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่างๆ โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและหรือกิจการขนาดย่อมด้วย

กันเองในรูปแบบของการผลิตเป็นสินค้าวัตถุดิบขั้นต้น ขึ้นกลาง ด้วยวิธีการว่าจ้างผลิต หรือการรับช่วงการผลิต (Subcontracting) ธุรกิจขนาดย่อมเป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ภาคการเกษตร ภาคการบริการขนส่ง ภาคการก่อสร้าง ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก การเกิดขึ้นของธุรกิจขนาดย่อม ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศเท่ากับเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อันเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง

ธุรกิจในประเทศไทยมีอยู่มากมายหลากหลาย การแยกประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในแต่ละประเทศจะมีกฎเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกันไปแต่สำหรับประเทศไทยจะนำจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงเป็นเกณฑ์พิจารณา โดยธุรกิจขนาดย่อมสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ (1)ธุรกิจการผลิต(กิจการผลิตสินค้า) เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบและปัจจัย นำเข้าต่างๆมาผ่านกระบวนการแปรสภาพจนกลายเป็นสินค้า (2)ธุรกิจการจำหน่าย(กิจการซื้อมาขายไป) เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นคนกลาง ในการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีทั้งการค้าส่งและการค้าปลีก (3)ธุรกิจบริการ(กิจการบริการ) เป็นธุรกิจหรือกิจการที่พนักงานทำหน้าที่ให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จย่อมมีความแตกต่างไปจากบุคคลทั่วไป ทั้งด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความมานะอดทน ความขยันหมั่นเพียร ความกระตือรือร้น ความรับผิดชอบ ความกล้าเสี่ยง และความสามารถในการบริหารงาน ซึ่งล้วนเป็นจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมเหล่านี้มิได้เป็นมาแต่กำเนิด ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้หรือฝึกฝนตนเองให้มีความคิดให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนการนำประสบการณ์ที่สั่งสมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานให้เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาค้นหาจุดอ่อนจุดแข็งของตนเอง บนพื้นฐานของความเป็นจริง เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างตนเองให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

นักศึกษาเป็นจำนวนมากมักจะประสบปัญหาในเรื่องการเรียนและการประกอบอาชีพ เพราะไม่ทราบว่าตนเองควรศึกษาต่อวิชาแขนงใด และควรจะทำอาชีพอะไรจึงจะเหมาะสม บางคนเลือกอาชีพที่ตนเองไม่มีความถนัดและไม่มีความสามารถ สุดท้ายก็จะประสบความผิดหวังและเปลี่ยนอาชีพอยู่เสมอ ทำให้ขาดความก้าวหน้าในชีวิต สิ่งเหล่านี้มาจากความไม่เข้าใจตัวเองหรือสิ่งเร้าภายนอกมาเป็นอิทธิพลในการจงใจภายนอกมากกว่าอาชีพ แรงจูงใจและสิ่งเร้าภายนอกจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการเลือกอาชีพ (อภิชัย พันธเสน และคณะ 2528:203)

เนื่องจากผู้ศึกษาอยู่ในสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทำให้ผู้ศึกษาอยากทราบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีระดับความต้องการจะเป็นผู้ประกอบการ

รายชื่อยาวมากน้อยเพียงใดและมีปัจจัยใดที่เป็นตัวกำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา เพื่อใช้สำหรับการให้การสนับสนุนตามความต้องการของผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในด้านประชากร ด้านเนื้อหา และระยะเวลาดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี คณะวิทยาการจัดการชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปจำนวน 115 คน และสาขาวิชาการตลาด จำนวน 99 คน รวมทั้งหมด 214 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

3. ขอบเขตด้านเวลา คือ ช่วงระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาชั้นปีที่ 4

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป หมายถึง หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

สาขาวิชาการตลาด หมายถึง หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการผลิตการจำหน่ายและการบริการ

ธุรกิจขนาดย่อม(SME) หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) หมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมาผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจและบริหารดำเนินธุรกิจ

การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย หมายถึง ความพยายามในการสร้างมูลค่า (Value) ด้วยการตระหนักถึงโอกาสต่างๆ ในการทำธุรกิจและบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับโอกาสนั้นๆ และด้วยทักษะ การสื่อสาร บริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ การเงิน และคน เพื่อให้โครงการต่างๆบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้ ต้องมีความอดทน,อดคณเป็นเลิศ,ต้องมีความอ่อนน้อมเป็นเลิศ,ต้องมีความวิริยะอุสาหะ(ขยัน หมั่นเพียร)เป็น

เลิศ,ต้องมีความซื่อสัตย์เป็นเลิศ,ต้องมีความประหยัด มัธยัสถ์ รู้จักคุณค่าของเงินเป็นเลิศ,กล้าเสี่ยง, สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น,มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าที่จะตัดสินใจ,แสวงหาความรู้เพิ่มเติม และทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ,มีความสามารถในการบริหารและการจัดการ,มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ ภูมิลำเนา ผู้อุปการะ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เกรดเฉลี่ย สะสม สาขาวิชาของนักศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยหรือนักศึกษาที่ไม่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย หมายถึง แนวโน้มที่จะแสดงออกใน ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เป็นการกำหนดค่าที่ ความรู้สึกที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งสามารถวัดได้จากความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมของนักศึกษา ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ประโยชน์ในทางวิชาการ

1.1) ช่วยให้ทราบว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1.2) เพื่อให้ทราบความต้องการการประกอบอาชีพที่แท้จริงของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

2.1) ข้อมูลและผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต่อไปได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และ
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

- 1.) การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย
- 3.) ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย
- 4.) ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์
- 5.) ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของเดวิด ซี แมคเคิลเลนด์
- 6.) ข้อมูลของคณะ
- 7.) วิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) วิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม หรือ SMEs (Small and Medium-size Enterprises) หมายถึง กิจการอุตสาหกรรมการ
ผลิต(Manufacturing) กิจการค้าส่งและค้าปลีก(Wholesale and Retail) และกิจการบริการ
(Service)

SMEs มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดีขึ้น รัฐบาลได้
เล็งเห็นความสำคัญของ SMEs จึงมอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้รับผิดชอบนโยบาย
ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) อย่างจริงจัง โดยการกระตุ้นและ
ส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการอิสระ(Entrepreneurs) ให้สามารถดำเนินธุรกิจ
ต่อไปได้อย่างมั่นคง

ประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ธุรกิจในประเทศไทยมีอยู่มากมาย หลากหลาย การแยกประเภทของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม(SMEs) ในแต่ละประเทศจะมีกฎเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกันไป แต่สำหรับ

ประเทศไทยจะนำจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงเป็นเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจหรือกิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

1.1 ธุรกิจการผลิต (กิจการผลิตสินค้า) เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบและปัจจัยนำเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรสภาพจนกลายเป็นสินค้า เช่น การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การทำอาหารสำเร็จรูป การทำกรอบรูป การทำแชมพู การทำน้ำสมุนไพร การตัดเย็บเสื้อผ้า ซึ่งธุรกิจนั้นๆ จะต้องมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.2 ธุรกิจการจำหน่าย(กิจการซื้อมาขายไป) เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นคนกลาง ในการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีทั้งการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายเครื่องเขียน ซึ่งธุรกิจหรือกิจการจัดจำหน่ายที่จัดว่าเป็นธุรกิจขนาดย่อมจะต้องมีลักษณะหรือกฎเกณฑ์ดังนี้

1.2.1 การค้าส่ง เป็นกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.2.2 การค้าปลีก เป็นกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท

1.3 ธุรกิจการบริการ(กิจการบริการ) เป็นธุรกิจหรือกิจการที่พนักงานทำหน้าที่ให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ร้านเสริมสวย ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ร้านซ่อมเครื่องใช้เครื่องเรือนต่างๆ คลินิกรักษาโรค ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเช่า VCD และ DVD เป็นต้น ซึ่งธุรกิจดังกล่าวจะต้องมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

2. วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ ธุรกิจหรือกิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

2.1 ธุรกิจการผลิต(กิจการผลิตสินค้า) มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

2.2 ธุรกิจการจำหน่าย(กิจการซื้อมาขายไป) มีลักษณะดังนี้

2.2.1 การค้าส่ง มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 25 คน แต่ไม่เกิน 50 คนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท

2.2.2 การค้าปลีก เป็นกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 15 คน แต่ไม่เกิน 30 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท

2.3 ธุรกิจการบริการ(กิจการบริการ) มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

ตารางที่ 1 ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-600
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

ตารางที่ 2 ข้อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดย่อม	ธุรกิจขนาดใหญ่
1. โดยทั่วไปเจ้าของมักจะเป็นผู้จัดการด้วย	1. โดยทั่วไปเจ้าของจะไม่บริหารงานเอง มักจะจ้างผู้ที่มีความสามารถมาเป็นผู้จัดการ
2. ดำเนินงานอยู่ภายในท้องถิ่นหรือมีสาขาแต่เพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น	2. ดำเนินงานอย่างกว้างขวาง อาจจะครอบคลุมไปทั่วประเทศ
3. การจัดองค์งานเป็นแบบง่ายๆ	3. มีการจัดองค์งานที่สลับซับซ้อน
4. ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว	4. ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัท
5. เจ้าของมักจ้างพนักงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด	5. เจ้าของมักจะไม่รู้จักลูกจ้างพนักงานไม่ทั่วทุกคน
6. มีความเสี่ยงที่จะประสบความล้มเหลวได้มากกว่า	6. การเสี่ยงต่อความล้มเหลวมีน้อย
7. เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารในด้านต่างๆ ในธุรกิจเกือบทั้งหมด	7. มีการแบ่งงานกันทำ ผู้ที่มีความสามารถในด้านไหนก็ทำงานตามที่ตนถนัด

ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ในระบบเศรษฐกิจไทย

ธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนี้

1. เป็นธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าไม่มีธุรกิจใดที่จะสามารถดำเนินอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยพึ่งพาธุรกิจอื่นๆ เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในแง่การเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริการ โดยเฉพาะในลักษณะการรับช่วงการผลิต เช่น โรงงานขนาดใหญ่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคแล้ว SMEs ประเภทจำหน่าย (ทั้งการค้าส่งและการค้าปลีก) นำสินค้าไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภค หรือ SMEs ที่อยู่ในฐานะรวบรวมวัตถุดิบเพื่อป้อนให้กับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น SMEs รับซื้ออ้อยจากเกษตรกรรายย่อยที่ปลูกอ้อย รวบรวมไปจำหน่ายขายส่งต่อไปกับโรงงานน้ำตาล หรือ SMEs ผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ แล้วจำหน่ายให้โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อนำไปประกอบเป็นรถยนต์ เมื่อประกอบเสร็จ SMEs ประเภทจัดจำหน่ายก็จะรับไปจำหน่ายในท้องที่ต่างๆ อีกทอดหนึ่ง จะเห็นว่า ถึงแม้ธุรกิจขนาดใหญ่ จะมีความน่าเชื่อถือจากสถาบันทางการเงินต่างๆ ในเรื่องของความมั่นคงมากกว่า SMEs แต่ธุรกิจขนาดใหญ่ก็ยังคงพึ่งพา SMEs ในเรื่องต่างๆ เช่น การรวบรวมวัตถุดิบ การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ จึงนับได้ว่า SMEs เปรียบเหมือนตัวเชื่อมให้อุตสาหกรรมขนาดใหญ่เป็นรูปเป็นร่างที่สมบูรณ์ ทำงานได้ครบวงจรตามต้องการ

2. เป็นแหล่งสร้างงาน เนื่องจาก SMEs มีอยู่กระจัดกระจายทั่วไปเป็นจำนวนมากและหลากหลายสาขาอาชีพ หากเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ SMEs จึงสามารถรองรับแรงงานทั้งภาคเกษตรกรรม (เมื่อหมดฤดูการเพาะปลูก) แรงงานที่ถูกเลิกจ้างจากกิจการขนาดใหญ่ แรงงานใหม่ๆ ที่เพิ่งจบการศึกษา รวมถึงป้องกันการอพยพของแรงงานจากชนบทสู่เขตกรุงเทพฯ นอกจากนี้ SMEs ยังช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานจากเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไปสู่ชนบทอย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้น ธุรกิจ SMEs จึงนับว่าเป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

3. ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรหลากหลาย โดยเฉพาะทรัพยากรทางการเกษตร SMEs ส่วนใหญ่จึงดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการนำสินค้าทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น อาหารแช่แข็ง อาหารกระป๋อง อุตสาหกรรมน้ำตาล ผลิตภัณฑ์ยางพารา เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

4. เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน เนื่องจาก SMEs เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนในกา

ทางการเงิน การดำเนินธุรกิจก็จะดำเนินการในลักษณะทดลองและทดสอบแนวความคิดใหม่ๆ SMEs จึงสามารถคิดค้นสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ที่หลากหลาย หากการผลิตสินค้าและบริการตรงกับความต้องการของตลาด SMEs ก็สามารถขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นได้ ดังนั้น SMEs จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน จากกิจการขนาดกลาง และขนาดย่อมไปสู่ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

5. เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือและการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ SMEs เป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นอิสระ ความถนัด และความชอบของผู้ประกอบการ โดยพยายามที่จะสร้างสรรค์ผลงานของตนเองด้วยการลองผิดลองถูก จึงทำให้เกิดการประดิษฐ์หรือคิดค้นวิทยาการเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ตัวอย่างผลสำเร็จของ SMEs ที่เกิดจากการพัฒนาทักษะฝีมือและการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกในอุตสาหกรรมพลาสติกไทย ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ โดยการพัฒนา ร่วมกันของ SMEs ต่างๆ ได้แก่ ผู้ผลิตเม็ดพลาสติก ผู้ผลิตสินค้าสำเร็จรูป แม่พิมพ์ ผู้ออกแบบแม่พิมพ์ ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประดิษฐ์ชิ้นส่วนของเครื่องจักรกลการผลิต เป็นต้น

ลักษณะเด่นของธุรกิจขนาดย่อม

1. การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย เพราะใช้เงินทุนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่มาก และเมื่อประกอบการแล้วเกิดมีปัญหา โอกาสที่จะฟื้นตัวเกิดได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่
2. มีความคล่องตัวในการบริการจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้ทั่วถึงและใกล้ชิด
3. ดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิต และการค้าที่ต้องการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิต และการค้าที่มุ่งความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการมากกว่ามุ่งปริมาณ

ผลงานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

การจัดการเงินทุนของธุรกิจขนาดย่อม

การวางแผนและการสร้างธุรกิจ SMEs ที่จะสามารถอยู่รอดได้นั้นไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับฝ่ายบริหารที่มีความสามารถและการมีตลาดที่ดีเท่านั้น แต่ไม่มีสิ่งใดที่ใช้ทดแทนฐานทางการเงินที่ดีได้ ถ้าหากว่าธุรกิจจะต้องอยู่รอดและเจริญเติบโตตลอดระยะเวลาที่ยาวนาน

ตามหลักการแล้วผู้ประกอบการจะต้องนำเงินไปลงทุนในธุรกิจและมีการบริหารเงินทุนนั้นอย่างเหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่ากิจการจะบรรลุศักยภาพเต็มที่ ได้ เงินทุนที่ใช้เพื่อเริ่มต้นธุรกิจได้มาจากแหล่งต่างๆ กัน แม้ว่าการวางแผนทางการเงินที่ดีที่สุดจะไม่ได้เตรียมผู้ประกอบการ

ให้ เષชญกับปัญหาทางการเงินทั้งหมดได้แต่การประเมินความต้องการทางการเงินที่มีการพัฒนา มาเป็นองดีก่อนการเริ่มต้นกิจการหรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานที่มีอยู่จะ ช่วยลดการเષชญปัญหาทางการเงินและความล้มเหลวของธุรกิจที่เกิดโดยฉับพลันซึ่งอาจจะ หลีกเลียงได้

ผู้ประกอบการ SMEs จะต้องเષชญกับคำถามทางการเงินที่สำคัญๆ เช่น ต้องการเงิน เพื่อเริ่มต้นกิจการหรือใช้เป็นเงินทุนในการดำเนินงานของธุรกิจที่กำลังประกอบการอยู่เป็นจำนวน เท่าใด จะหาเงินมาได้จากที่ใด จะใช้เงินทุนอย่างไร จะใช้เวลานานเท่าใดก่อนที่การใช้เงินทุน เหล่านี้จะก่อให้เกิดกำไร สามารถหาเงินทุนมาเพิ่มได้อย่างไรในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน จะจ่ายเงินคืน ให้กับผู้ให้กู้ยืมหรือจะจ่ายเงินผลตอบแทนส่วนที่เหลือให้ผู้นำเงินมาลงทุนอย่างไร เป็นต้น

ความต้องการเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ

ประเภทแรก คือ เงินทุนที่ต้องการเพื่อจัดตั้งกิจการ ได้แก่ ค่าชำระค่า ใบนุญาตและการขออนุญาตต่างๆ เงินมัดจำ สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ค่าใช้จ่าย ทางด้านกฎหมายและอื่นๆ การเริ่มต้นธุรกิจเกี่ยวข้องกับการเตรียมการเป็นอย่างมากซึ่งเป็น ค่าใช้จ่ายที่สูง

ค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นเงินทุนหมุนเวียนเริ่มแรกที่มีจำนวนมากที่สุดรายการหนึ่งจะเป็นเงินมัด จำการเช่าและการซ่อมแซมหรือการออกแบบร้านจันใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ ธุรกิจ ในขณะที่สิ่งอำนวยความสะดวกควรจะถูกแสวงหามาให้เหมาะสมกับความต้องการที่ คาดหวังไว้มากที่สุด ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะมีอยู่จำนวนหนึ่งที่มากพอจึงต้องมีการประมาณและ วางแผนเตรียมไว้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายจำนวนนี้จะเกิดขึ้นก่อนที่ธุรกิจจะมีรายได้

ประเภทที่สอง คือเงินทุนที่จะนำไปใช้เป็นค่าอุปกรณ์และเครื่องใช้ต่างๆ ที่ต้องการเพื่อดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น เครื่องบันทึกเงินสด เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงาน ขนาดเล็ก เครื่องจักรเฉพาะด้านและอุปกรณ์การขนส่งซึ่งแสดงให้เห็นถึงค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน โดย ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ

ประเภทที่สาม คือเงินทุนที่จะนำมาซื้อสินค้าคงเหลือช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ธุรกิจจะต้องมีวัสดุและสินค้าคงเหลือก่อนที่จะเริ่มต้นดำเนินงานในขณะที่ผู้จำหน่ายบางคนให้ เครดิตการค้าหรือส่งสินค้าคงเหลือที่ต้องการมาให้ก่อน แต่ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ต้องการได้รับชำระ เงินจากกิจการที่เปิดใหม่เมื่อได้ส่งสินค้ามาให้

ประเภทที่สี่ คือเงินทุนซึ่งมักจะถูกทะเลเย เช่น ค่าใบนุญาตและการขออนุญาต ค่าธรรมเนียมทางด้านวิชาชีพ และค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระก่อนใบนุญาตประกอบธุรกิจและ

การขออนุญาตตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่างๆ ที่ต้องชำระก่อน เช่น ค่าประกันภัย ค่าสาธารณูปโภคเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญค่าบริการทางด้านกฎหมายและการบัญชีซึ่งถึงแม้ว่าจะมีราคาแพงก็มักจะเป็นที่ที่ต้องการเพื่อจัดตั้งกิจการ ค่าธรรมเนียมในการจัดตั้งบริษัท การได้รับลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของความเป็นเจ้าของและความเชี่ยวชาญของเจ้าของเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เหล่านี้ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานในเรื่องกฎหมายธุรกิจและการบัญชีอยู่บ้าง ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะมีจำนวนมากพอที่จะต้องรวมไว้เพื่อทำการวางแผนความต้องการเงินทุน

การวางแผนความต้องการเงินทุนในอนาคต

ความต้องการเงินทุนไม่ได้เป็นเรื่องแปลกในการเริ่มต้นการดำเนินงานของธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจเจริญเติบโต ความต้องการเงินทุนเพื่อขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีจำนวนเกินกว่าเงินสดสำรองที่มีอยู่ ดังนั้นแม้แต่ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จก็จะต้องกู้ยืมเงินเพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ที่ดิน สิ้นค้าคงคลัง แรงงาน และอื่นๆ เพิ่มขึ้นในขณะที่เป็นการยากที่จะทำการพยากรณ์ว่าเมื่อใดธุรกิจจะต้องการเงินทุนเพิ่มขึ้นผู้ประกอบการควรจะต้องทราบถึงโอกาสที่อาจจะเกิดขึ้นได้เหล่านี้ ผู้ประกอบการ SMEs ควรจะประมาณและวางแผนความต้องการเงินทุน สำหรับสองถึงสี่ปีข้างหน้าการพยากรณ์ระดับกิจกรรมของธุรกิจในอนาคตเป็นขั้นตอนแรก ในกระบวนการนี้เมื่อธุรกิจได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาหนึ่งหรือสองปี สิ่งที่สำคัญที่สุดผู้ประกอบการจะต้องเตรียมธุรกิจสำหรับความต้องการเงินทุนในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าเพื่อที่จะให้ผ่านช่วงเวลาที่ยุ่งยากหรือเพื่อที่จะขยายการดำเนินงาน

การกำหนดความต้องการทางการเงินของ SMEs ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือ SMEs ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจะต้องยึดหลักสำคัญเพื่อให้เกิดการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพโดยการระบุค่าใช้จ่ายดำเนินงานและการประเมินข้อผูกพันทางการเงินส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความต้องการทางการเงินของ SMEs จะวนเวียนอยู่รอบๆ ความต้องการที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกันสามประเภทคือ เงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ และเงินทุนในการดำเนินงาน ความต้องการสองประเภทแรกมุ่งที่ระยะเวลาก่อนการเริ่มต้นดำเนินงาน ในขณะที่เงินทุนในการดำเนินงานอาจจะเป็นที่ต้องการ ณ จุดใดๆ ก็ได้ในระหว่างช่วงชีวิตของธุรกิจ

เมื่อมีการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการเงินทุนแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องระบุแหล่งเงินทุนที่อาจจะเป็นไปได้ และมีประเภทเงินทุนที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ สถานการณ์ทางการเงินปัจจุบัน จำนวนของเงินทุนที่ต้องการ และตัวแปรอื่นๆ และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งหย่อนกว่ากัน คือ เงินทุนแต่ละประเภทจะเสนอค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ที่มี

ลักษณะเฉพาะซึ่งอาจจะเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งความเข้าใจแหล่งเงินทุน แหล่งต่างๆ และความเชื่อถือได้สำหรับธุรกิจเป็นกุญแจนำไปสู่การก่อให้เกิดเงินทุนและการบริหารการเงินที่ประสบความสำเร็จการจัดหาเงินทุนที่สำคัญสองประเภท คือ การจัดหาเงิน โดยการ ก่อหนี้ และการจัดหาเงินจากส่วนของเจ้าของ

วิธีการที่ธรรมดาที่สุดในการจัดหาเงินของธุรกิจขนาดย่อม คือ การจัดหาเงินทุน โดยการ ก่อหนี้ การกู้ยืมเงินทุนจากแหล่งภายนอกไม่ได้เป็นการฝ่าฝืนความเป็นเจ้าของธุรกิจ แต่เงินกู้ จะขึ้นอยู่กับทรัพย์สินของธุรกิจหรือของผู้ประกอบการ

แหล่งการเงินอื่นๆ สำหรับธุรกิจ SMEs

การเริ่มต้นทางการเงินของธุรกิจ SMEs มาจากการวางแผนทางการเงินส่วนตัว เจ้าของสถานประกอบการจะเริ่มต้นด้วยแหล่งเงินทุนจากการเก็บออมแล้วพยายามชักชวน ครอบครัวและเพื่อนให้มาร่วมลงทุน เมื่อแหล่งเงินทุนเหล่านี้ไม่เพียงพอกับความต้องการ ย่อมก็มักจะหาแหล่งทางการเงินที่เป็นทางการมากขึ้น เช่น ธนาคาร และผู้ลงทุนภายนอก

แหล่งการเงิน(source of financing) ที่สำคัญของผู้ถือหุ้นก็คือ การเก็บออมส่วนตัว เพื่อน และญาติ ผู้ลงทุนของเอกชนในชุมชน ผู้ลงทุนเริ่มแรกและการขายหุ้น(equity markets) แหล่งสำคัญของการจัดหาแหล่งการเงินโดยการ ก่อหนี้ คือ ส่วนบุคคล(individual) ผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจ(business suppliers) ผู้ให้กู้ยืมโดยใช้สินทรัพย์ค้ำประกัน(asset-based lenders) ธนาคารพาณิชย์(commercial banks) และแผนงานความช่วยเหลือของรัฐบาล(government-assisted programs)

แหล่งเงินทุนส่วนบุคคล (individuals as sources of funds)

การแสวงหาความช่วยเหลือด้านการเงินมักเริ่มต้นจากที่บ้านก่อนแล้วจึงขยายออกไป ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คือ (1) การเก็บออมส่วนตัว(personal saving) (2) เพื่อนและญาติ(friends and relatives) (3) ผู้ลงทุนส่วนบุคคลอื่นๆ(other individual investors) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การเก็บออมส่วนตัว ผู้ประกอบการอาจมีสินทรัพย์ส่วนตัวที่จะนำไปลงทุนในธุรกิจซึ่งมาจากการเก็บออม ซึ่งความจริงการเก็บออมส่วนตัวจะเป็นจุดเริ่มต้นของหุ้นในบริษัทใหม่ การลงทุนในธุรกิจใหม่ การดำเนินการในรูปแบบหุ้นเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความผิดพลาดของผลกำไร

ปัญหาสำหรับคนจำนวนมากที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจแต่ขาดการเก็บออมส่วนตัวคือไม่สามารถตอบคำถามของธนาคารได้ว่า จะใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าไร มีหลักประกันอะไรที่จะให้

ความปลอดภัยกับเงินกู้ที่ต้องการ เจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจำนวนมากซึ่งขาดการออมสำหรับการเริ่มต้นจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และต้องมีการเสี่ยงซึ่งอาจหมายถึงการหาหุ้นส่วนซึ่งสามารถจัดหาเงินทุน ซึ่งอาจเป็นเพื่อนหรือญาติที่ต้องการจะให้ความช่วยเหลือ

2. เพื่อนและญาติ(friends and relatives) เงินกู้ยืมจากเพื่อนและญาติอาจเป็นแหล่งที่พอหาได้สำหรับการลงทุนใหม่ ซึ่งเงินกู้ยืมชนิดนี้มักถูกใช้ไปอย่างรวดเร็ว และการจัดหาเงินชนิดนี้จะมีพื้นฐานมาจากความสัมพันธ์ส่วนตัวมากกว่าการวิเคราะห์ทั้งทางการเงิน อย่างไรก็ตามเพื่อนหรือญาติที่ให้อุปถัมภ์เงินมาทำธุรกิจ บางครั้งเจ้าของธุรกิจจะรู้สึกว่ามีผู้ให้กู้เหล่านั้นมีความชอบธรรมที่จะให้อุปถัมภ์เกี่ยวกับการจัดการในธุรกิจนั้นๆ แต่ถ้าเป็นช่วงเวลาที่ธุรกิจกำลังเผชิญกับปัญหาในกรณีดำเนินงานอาจจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันตึงเครียดได้ ในกรณีที่ญาติและเพื่อนเป็นแหล่งเงินทุนแหล่งเดียวที่มีอยู่ ผู้ประกอบการก็ไม่มีทางเลือก ดังนั้นเพื่อลดโอกาสที่อาจจะทำให้ความสัมพันธ์มีปัญหา ผู้ประกอบการควรวางแผนการจ่ายหนี้ชนิดนี้คืนให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ตลอดจนจัดทำหนังสือสัญญากลายเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับข้อตกลงต่างๆ ไว้ด้วย

3. ผู้ลงทุนส่วนบุคคลอื่นๆ(other individual investors) มีบุคคลอื่นๆ ที่ลงทุนสถานประกอบการ คนเหล่านี้จะมีประสบการณ์ในธุรกิจในระดับปานกลาง แต่จะประกอบอาชีพที่มีรายได้ดี เช่น นักกฎหมาย และแพทย์ แหล่งการเงินนี้ลักษณะเรียกว่า "เงินทุนอย่างไม่เป็นทางการ"(informal capital) ผู้ลงทุนในลักษณะนี้จะได้อธิบายว่า "business angles" หมายถึงผู้ลงทุนเอกชนซึ่งลงทุนใหม่ และมีความเสี่ยงในธุรกิจขนาดย่อม แนวทางของผู้ลงทุนอย่างไม่เป็นทางการนี้(informal investors) จะทำเป็นสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจโดยมีนักบัญชี และนักกฎหมายเมื่อเร็วๆ นี้ได้มีการสร้างเครือข่ายของผู้ลงทุนชนิดนี้ให้เป็นทางการมากขึ้น ในการลงทุนข้ามประเทศผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอเอกสารต่อกลุ่มผู้ลงทุนเอกชน(private investors) ซึ่งจะติดตามข่าวเกี่ยวกับลงทุนใหม่ๆ นอกเหนือจากการจัดหาเงินทุนให้แล้ว ผู้ลงทุนเอกชน(private investors) ยังมักให้ความช่วยเหลือด้านความรู้พื้นฐานในการประกอบการอาชีพให้กับธุรกิจด้วย ถึงแม้ว่าการได้เงินทุนจากผู้ลงทุนเอกชนเหล่านี้จะง่ายกว่าการจะได้เงินทุนที่เป็นทางการ แต่ผู้ลงทุนที่ไม่เป็นทางการ(informal investors) ก็มักมีอำนาจในความต้องการที่หลากหลาย ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องใช้ความรอบคอบในการวางโครงสร้างรูปแบบของผู้มีส่วนร่วมในการลงทุน โดยมีลักษณะต่างๆ ดังนี้ (1) พยายามเพิ่มผู้ถือหุ้นภายนอกให้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว (2) ทำงานเพื่อแสวงหาเงินทุนที่มีประสิทธิผลมากขึ้น (3) พยายามหาผู้ลงทุนให้มากขึ้นและให้มีผู้ลงทุนที่หลากหลายโดยในแต่ละรายจะลงทุนในสัดส่วนที่น้อย (4) รักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ลงทุนก่อนการตกลงครั้งสุดท้าย (พศ.กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ 2554)

ข้อดี และข้อเสียของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ข้อดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่

1. ผู้ประกอบการสามารถทำในสิ่งที่ตนเองชอบ ถนัด และมีวิถีชีวิตตามที่ตนเองต้องการ หากมีความรู้ความสามารถในการจัดการที่ดี
2. การทำธุรกิจทำได้ง่าย เพราะใช้ปัจจัยในการดำเนินกิจการต่างๆ ไม่มาก
3. ผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระ และคล่องตัวในการบริหารกิจการได้อย่างทั่วถึงและใกล้ชิด
4. ถ้าการดำเนินกิจการประสบปัญหา หรือเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ โอกาสที่จะฟื้นตัว เกิดได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่
5. การดำเนินธุรกิจทุกประเภท(การผลิต การจำหน่าย และการบริการ) มีความยืดหยุ่นสูงสอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งความหลากหลาย รวดเร็ว มากกว่ามุ่งปริมาณ

ข้อเสียของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มักจะขาดความรู้ด้านการตลาด เมื่อผลิตสินค้าออกมาแล้วไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ จึงประสบปัญหาการขาดทุนและปิดกิจการ
2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการจัดการ หรือการบริหารงาน ที่เป็นระบบ เพราะส่วนใหญ่จะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้และอาศัยบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก
3. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ จึงทำให้ธุรกิจไม่สามารถผลิตสินค้าผูกขาดได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่
4. ไม่สามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและมีความชำนาญงานไว้ได้เพราะแรงงานเมื่อมีประสบการณ์มากขึ้น มักจะขอยกออกไปทำงานในสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่มีระบบ และผลตอบแทนที่ดีกว่า
5. ผู้ประกอบการมักขาดแคลนเงินทุนหรือขยายกิจการไม่ได้เนื่องจากขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันทางการเงิน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่เศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจที่จะสามารถดำเนินการอยู่ได้จึงต้องมีลักษณะของความคล่องตัวและยืดหยุ่นสูง เช่น ธุรกิจที่เป็นสินค้าที่นิยมตามสมัย สินค้าประเภทอาหาร และเป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มหรือแต่ละชุมชน เป็นต้น

2. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จย่อมมีความแตกต่างจากบุคคลทั่วไป (สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด 2554) ทั้งด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความมานะอดทน ความขยันหมั่นเพียร ความกระตือรือร้น ความรับผิดชอบ ความกล้าเสี่ยง และความสามารถในการบริหารงาน ซึ่งล้วนเป็นจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมเหล่านี้มิได้เป็นมาแต่กำเนิด ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้หรือฝึกฝนตนเองให้มีความคิดให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนการนำประสบการณ์ที่สั่งสมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานให้เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาค้นหาจุดอ่อน จุดแข็งของตนเอง บนพื้นฐานของความเป็นจริง เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างตนเองให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่อไป

คุณสมบัติเบื้องต้น ที่ผู้ประกอบการควรจะต้องมี คือ

1. ต้องมีความอดทน&อดกลั้นเป็นเลิศ(Tolerance&Patience) ถือเป็นคุณสมบัติเอกข้อแรกที่สำคัญที่สุดของบรรดาเจ้าแก้มใหม่ทุกคน เพราะเป็นด่านทดสอบด่านแรกถ้าด่านนี้ไม่ผ่าน ก็ไม่ต้องพิจารณาข้ออื่นต่อไปการเป็นเจ้าของธุรกิจเอง ผู้ริเริ่ม ผู้ก่อตั้งก็เปรียบเสมือนนักมวยที่จะขึ้นชกบนเวทีก่อนขึ้นชกจะมีอาจารย์มาสอนมาชี้แนะให้ มีพี่เลี้ยงมาซ้อมให้ แต่ทันทีที่ระฆังดังขึ้นก็มีแต่ตัวเราเท่านั้น ไม่มีใครช่วยได้เลยต้องถือหลัก”คนเท่านั้นที่เป็นที่พึ่งแห่งตน” พอเจอคู่แข่งจริงๆเข้า ยังไม่ทันได้ชกเขา โดนชกเสียก่อน ปรากฏว่า บางคน โดนหมัดโดนเข้า ก็ม้วนลง กองบนเวทีเสียก่อน เพราะขาดความอดทนต่อแรงกระแทกหนักๆอดทนต่อความยากลำบากอุปสรรคนานานัปการ(ยุทธศาสตร์การตลาด 2554:56-62)

ทั้งนี้เพราะผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการคือ ผู้ประกาศจะเป็นเจ้าเมืองของตัวเองจะต้องสร้างเมืองใหม่ทั้งเมือง สร้างบริษัททั้งบริษัท สร้างทีมงาน สร้างระบบ สร้างทุกอย่างด้วยตนเอง สร้างเสร็จแล้วก็ต้องควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผน ต้องประสบปัญหาอุปสรรคสารพัดทุกเรื่องซึ่งไม่มีซ้ำในแต่ละวัน

ที่สำคัญคือ ต้องพบกับความผิดพลาดล้มเหลว เสียหาย และที่ยากที่สุด คือการบริหารคนซึ่งต่างกับการทำงานในบริษัทใหญ่ๆ ที่มีคนเก่งๆ คอยช่วยมากมาย แต่เมื่อมาทำธุรกิจเอง ถ้าเงินเดือนแพงก็จ้างไม่ไหว ได้แต่จ้างคนระดับปานกลางแล้วมาฝึกเอา ทำไปปรับกันไปเพราะคนเก่งๆเขาก็ไม่อยากจะอยู่บริษัทเล็กๆเพราะกลัวไปไม่รอด ไม่เห็นอนาคต

การทำธุรกิจเองเจ้าของจะต้องทำงานหนัก ตั้งแต่เช้า นอนดึก มาทำงานก่อนแต่กลับทีหลังสุด เวลาพักผ่อนหายาก เสาร์อาทิตย์ก็ไม่ได้หยุด วันหยุดราชการก็ไม่ได้หยุด เพราะสมองต้องคอยคิดตลอดเวลา ยิ่งเวลาที่เงินขาดมือ ใกล้เคียงเดือนกินนอนก่ายหน้าผากเดือนนี้จะเอาเงินที่

ไปไหนมาจ่ายเงินเดือนพนักงาน เงินทุนก็ลงไปเยอะแล้ว สินค้าก็ยังคงอยู่ ส่วนที่ขายไปแล้วก็ยังเก็บเงินไม่ได้เจ้าหน้าที่วัดดูก็ยื่นบิลมารอเก็บเงินแล้วจะทำยังไง

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ต้องอาศัยความอดทนเป็นพิเศษ เพราะถ้าใจเสาะหรืออ่อนแอยอมแพ้ง่ายก็เหมือนนักมวยที่โดนชกแค่ทีสองทีก็มีอาการป้อแป้ไปไม่ไหว นักมวยบางคนถึงกับเสียชีวิต เว้นแต่คนที่มีความอดทนแน่วแน่ว่าต้องเอาชนะให้ได้ จิตใจหนักแน่น ร่างกายแข็งแรง ไม่มีคำว่าถอยหรือท้อทำงานง่าย ๆ

ความอดทนถือเป็นความอดทนทางกาย ทำงานหนักเท่าไรก็ไม่ปรียากบ่น จะเหนื่อยเท่าไรก็สู้ แต่ที่ยากกว่าความอดทนคือ ความอดกลั้นเพราะเป็นความอดทนทางใจที่เหนือกว่าความอดทนทางกาย เป็นสิ่งที่ยากที่สุด

การทำธุรกิจเอง สิ่งที่เป็นอันตรายและต้องระวังมากๆคือ ต้องควบคุมสติให้มั่นคง ไม่หลงตัวเอง มีมานะ ไม่ยะโส ชนิดทนไม่ได้ ถ้ามีใครมาดูหมิ่นเหยียดหยาม เพราะบางครั้งไปเจอลูกค้าเข้าปัญหา จับน พยายามเอาใจเท่าไรก็ไม่สำเร็จ เลยเบรกแตกพังกันไปข้างหนึ่ง เพราะลูกค้ามีทั้งชนิด ลูกค้าแสนดี ลูกค้าวนวาย ลูกค้าเสว ลูกค้าเงาสารพัด ต้องถือคติ ไม่โกรธ ไม่กลัว ไม่กั้ม เมื่อทำดีที่สุดแล้วยังไม่ได้ดีก็ไม่ใช่ไรเอาใหม่ เร่งทำดีต่อไปหรือทำดีให้มากกว่านี้ บางคนมองเห็นเป็นเรื่องอารมณ์ขันและนึกแค้นแต่คนทำให้กับคู่ค้าด้วยปัญญา หรือด้วยวัฒนธรรม ยิ่งฝ่ายตรงข้ามแสดงอาการที่ต่ำช้าเท่าไรก็แสดงถึงสถานภาพที่ต่ำลงไปเท่านั้น ซึ่งไม่จำเป็นต้องโต้ตอบ เพราะไม่คุ้ม

การทำธุรกิจมักจะถือคติว่า ลูกค้าจะต้องถูกเสมอ(ซึ่งที่จริงๆแล้วลูกค้าก็ใช้ว่าจะถูกต้องเสมอไป) แต่แนวคิดนี้ก็เพื่อเป็นการเตือนใจให้มีสติว่า การทะเลาะกับลูกค้าไม่จำเป็นก็ควรจะต้องเสียเพราะหลายครั้งที่เถียงเก่งสามารถที่จะเอาชนะลูกค้าแบบภาษาที่ลือกันว่า แม่ค้าประตูน้ำหรือแม่ค้าข้างถนน ลูกค้าหุบหูแล้วไม่ซื้อก็ด่าเลย ด่าเสียงดังเสียด้วยเพื่อให้ลูกค้าอับอาย ซึ่งเป็นวิธีการค้าที่ไม่ถูกต้องและสุดท้ายก็จะลงเอยด้วยความล้มเหลว

สิ่งที่ผู้จัดการขายจะเตือนพนักงานขายเสมอว่า การเถียงเอาชนะลูกค้า แต่เสียลูกค้า ถือเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและไม่ควรทำ นักขายที่เก่งเวลามีปัญหาที่จะใช้ความอดทนอดกลั้นเป็นคุณสมบัติสำคัญใช้ความใจเย็นเก็บความโกรธ ความอดกลั้น ที่ดีที่สุดคือ การนิ่งหรือยิ้มอย่างใจเย็น เพื่อคลี่คลายบรรยากาศและค่อยๆประคองสถานการณ์ ให้เข้าสู่ความสงบ ใครที่ยังไม่มีก็ควรที่จะต้องฝึกฝนทีละน้อยและในที่สุดก็จะเก่งขึ้นเรื่อยๆ

2. ต้องมีความอ่อนน้อมเป็นเลิศ(Modest,Humble) อันที่จริงแล้ว คนเอเชียส่วนใหญ่จะมีคุณสมบัติข้อนี้สูงกว่าฝรั่งมาก เพราะ โดยเนื้อแท้ของจิตใจและวัฒนธรรม

เก่าแก่ของชาติเอเชียจะเป็นคนอ่อนน้อม ไม่ว่าคนจีน คนญี่ปุ่น ที่จะโค้งคำนับอย่างอ่อนน้อมให้กับแขกหรือผู้ทำการค้า หรือแม้แต่คนแปลกหน้าเวลาแนะนำให้รู้จักกัน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนไทย จะมีความได้เปรียบ เพราะส่วนใหญ่เป็นคนขี้มั่งมั่ง มืออ่อน เจอใครก็ยกมือไหว้ไว้ก่อน แม้ชาวต่างประเทศมาเห็นก็ยิ่งชื่นชมว่าเป็นวัฒนธรรมประจำชาติที่ดี

คนจะทำการค้าก็ต้องถือคติข้อนี้สำคัญไม่แพ้ 2 ข้อแรก เพราะคนทำการค้าที่อ่อนน้อมถ่อมตนแน่นอนย่อมได้เปรียบคนที่แข็งกระด้าง พูดจาห้วนๆ ทำให้คนซื้อไม่อยากจะซื้อแถมยังหมั่นไปซื้ออีกต่างหาก

อันที่จริงแล้ว ความอ่อนน้อมคือ อาวุธสำคัญของนักการค้า แต่เป็นความอ่อนน้อมชนิดอ่อนนอกแข็งใน ไม่ใช่อ่อนปวกเปียก ทำเรื่องยากกลายเป็นเรื่องง่ายไม่คิดว่าตัวเองเป็นคนชั้นสูง

3. ต้องมีความวิริยะอุตสาหะ(ขยัน หมั่นเพียร)เป็นเลิศ (Perseverance)

นักค้าขายที่มีความขยันขันแข็ง ทำงานหนัก ตั้งแต่เช้า ทำงานแต่เช้า เรียงสินค้าพร้อมที่จะขายแต่เช้า ไม่มีคำว่าเหนื่อย ติงใจทุกครั้งที่ถูกค้าเข้าร้าน ยิ่งลูกค้ามากยิ่งทำงานหนัก ยิ่งมีความสุข ถ้าไม่มีลูกค้าก็ไม่ท้อใจ ถ้าจะปิดร้านก็คำนวณว่าไม่มีลูกค้าแน่นอนแล้วก็ปิดร้าน ยืนหยัดสู้แบบนี้ ทุกวันนี้คือจิตวิญญาณของนักสู้ข้ามถนน(Street Fighters) แรมเยือนทางการค้าที่มีความขยันเป็นเลิศ ใช้ความวิริยะอุตสาหะมีความมานะบากบั่นหมั่นเพียรศึกษา ปรับแก้คิดตลอดว่าทำอะไร พรงนี้จะขายดีกว่าวันนี้ จะต้องปรับเปลี่ยนสินค้าใหม่หรือไม่ ต้องหาสินค้าใหม่หรือไม่ ต้องชวนขายไปหาของดีมาขายเพื่อให้ลูกค้าแน่นร้านให้ได้

ภายิตคนจีนจะบอกว่า คนขยันไม่มีวันตาย ซึ่งพิสูจน์มา 5,000 ปีแล้ว เป็นสังขธรรมที่ไม่มีวันตาย คนอดตายหรือคนค้าขายแล้วล้มเหลวคือคนเกียจคร้าน ขี้เบื่อ ไม่อดทน ไม่ปรับปรุงแก้ไข ชอบเอาแต่สบายๆไม่จริงจัง

หัวใจสำคัญในการต่อสู้ทางการค้า คือความขยันขันแข็งนี้เอง ขยันปรับปรุงฐานะของตนเอง ไม่มีคำว่าเหน็ดเหนื่อย เรียนรู้สิ่งใหม่ๆตลอดสิ่งใหม่ๆตลอด แม้ล้มเหลวผิดหวังก็พยายามแก้ไขใหม่ไม่มีคำว่ายอมแพ้ เรียกว่าหัวใจทำด้วยเหล็กที่แข็งแกร่งเหมือนเพชร ทั้งอดทน อดกลั้น ขยัน อ่อนน้อม ขี้มั่งมั่งแจ่มใส สุกทัยก็พบความสำเร็จ

4. ต้องมีความซื่อสัตย์เป็นเลิศ(Honest) ภายิตที่เคยได้ยินผู้ใหญ่มักจะสอน

ตั้งแต่เด็กก็คือ ซื่อกินไม่หมด คดกินไม่นาน ตรงกับภายิตฝรั่งว่า Honesty is the Best Policy

ในอดีตในวงการค้าจะถือมากในเรื่องความซื่อสัตย์ การรักษาสัจจะ แม้บางครั้งจะต้องขาดทุนแต่เมื่อสัญญาไปแล้ว แม้ขาดทุนก็ต้องส่งสินค้าให้ ก็ต้องขายให้

คนสมัยใหม่อายุนี้ฟังแล้วอาจจะหัวเราะแบบเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่งเพราะวิทยาการที่ก้าวหน้าเปลี่ยนไป ระบบการค้าเปลี่ยนไป การแข่งขันสูงมากจนต้องมีใครยวสาวได้สาวเอา การค้าแบบตรงไปตรงมา เดี่ยวนี้เป็นการค้าแบบ โกงไปโกงมา ถ้าจับไม่ได้ไล่ไม่ทันก็เบียดเสียดๆ จำทำไม นี่คือนิวเคลียสที่กลายเป็นโรคระบาดในวงการค้าที่ต้องระวังมากและสุดท้ายก็เห็นมาเยอะคนที่ค้าขายแบบไม่ซื่อสัตย์สุดท้ายก็ไปไม่รอด เมื่อไปโกงคนอื่นมาได้ในที่สุดก็โดนโกงต่อไป อีกชั้นหนึ่งจนหมดตัวตามกฎแห่งกรรม

ในอดีตระบบการค้าของจีนในเมืองไทยสมัยก่อน การค้าทั้งสำเพ็ง ปากคลองตลาด ตลาดเก่ามหานาค เป็นการค้าระบบเชื่อใจไว้ใจกัน พ่อค้าแม่ค้าจากต่างจังหวัดสามารถมาซื้อสินค้าจากกรุงเทพฯ ไปจนรู้จักกันดีตอนหลังก็ส่งสินค้าให้ไปก่อนแล้วไปเก็บเงินภายหลัง ทั้งวงการต่างคนต่างรักษาชื่อเสียง ไม่มีใครโกงกัน บางคนแม้การค้าจะแย่ไฟไหม้หมดตัว ก็ไม่ยอมแพ้พยายามใช้หนี้จนหมด บริษัทก็เห็นใจพยายามช่วยเหลือประคับประคองจนกลับขึ้นมาขายอีก ทุกคนรักษา คำแข็ง หรือภาษาสมัยใหม่เรียกว่า Good Will ไว้ด้วยความซื่อสัตย์ เป็นปรากฏการณ์เป็นนิรันดร์ทางการค้าของคนจีน ที่ทำให้ทำการค้ารุ่งเรืองไปทั่วโลก

ในโลกธุรกิจปัจจุบัน ที่การค้าเต็มไปด้วยการแข่งขัน ทุกบริษัทจะต้องระวังตัว อย่างเคร่งครัดในเรื่องการเปิดเครดิต การปล่อยสินเชื่อ เพราะมีคนทำการค้าแบบไม่ซื่อสัตย์เข้ามาปะปนมาก ในปัจจุบันในวงการธนาคารถึงกับต้องมี Credit Bureau เพื่อทำการ Black List คนที่ทำการค้าแล้วชอบโกงทำให้ไม่มีเครดิต ไม่มีใครอยากให้อู้ออกช่วยเหลือ

แต่อย่างไรก็ตาม ณ วันนี้ วงการค้าโลกไม่ว่าฝรั่งหรือจีน ญี่ปุ่น ก็ยังตระหนักถึงความสำคัญของความซื่อสัตย์โปร่งใสในวงการค้า กลายเป็นวิชาใหม่ที่สอนกันในมหาวิทยาลัย เป็นค่านิยมใหม่ที่ใครจะไปเรียนมหาวิทยาลัยจะต้องตรวจสอบเรื่อง Value of Life หรือ ทัศนคติต่อโลกต่อสังคม และต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ว่าคนนี้เป็นคนดีซื่อสัตย์ มีคุณธรรมหรือไม่ เพราะเกิดคดีดังระดังโลก เก่งแต่โกง สร้างความพินาศปั่นป่วนให้กับตลาดหลักทรัพย์ ให้กับวงการค้าจนถึงกับทรุด เพราะแนวคิดเดิมคือสร้างกำไรสูงสุด ทำเงินเข้ากระเป๋าให้มากที่สุดโดยไม่ต้องคำนึงถึงจริยธรรม คุณธรรม และ ศีลธรรม

ในวงการค้าปัจจุบันก็ได้มีการปรับเปลี่ยน ทัศนคติ ในการสอนการค้า สอนการตลาด ทำให้เกิดวิชา Marketing Ethics หรือวิชาคุณธรรมการตลาด รวมถึงวิชา Corporate Social Responsibility หรือวิชาจิตสำนึกต่อสังคมผิชอบขององค์กรธุรกิจ รวมไปถึงวิชา Social Marketing หรือตลาดเพื่อส่งเสริมสังคม

เป็นการสอนให้นักค้าขายมีความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค รวมถึงต่อสังคมและมหาชนภายนอกด้วย

5. ต้องมีความประหยัด มัธยัสถ์ รู้จักคุณค่าของเงินเป็นเลิศ (Thrift) คำว่าตระหนี่นี้ต้องแปลให้ดี เพราะบางคนใช้คำนี้ว่า ตระหนี่ ถี่เหนียว หรือแปลว่าต้องถี่เหนียวถึงจะรวย ซึ่งเป็นการแปลที่ตึงเกินไปเพราะจริงอยู่พ่อค้าหลายคนประสบความสำเร็จและร่ำรวยเพราะใช้วิธีถี่เหนียวสุดชีวิตไม่ใช้เงินเลย ยอมอยู่อย่างลำบาก มีเงินเท่าไรก็ไม่ยอมปรับปรุงร้านค้า

การตระหนี่จนตึงเกินไป ก็เหมือนเศรษฐีร่ำรวย แต่ไม่รู้จักใช้ชีวิตให้สมประมาณ วันหนึ่งผู้เขียนได้ยิน พระผู้ใหญ่ท่านหนึ่งเทศน์ว่า เศรษฐีบางคนเหมือนมีบ่อน้ำใสบ่อใหญ่ แต่เลี้ยงงูพิษไว้เต็ม ใครก็กินน้ำไม่ได้เลย ตัวเองก็กินไม่ได้ ได้แต่ดูน้ำใสๆทั้งที่หัวน้ำแทบตาย คำว่างพิษก็คือ ความงก ซึ่งเป็นญาติกับคำว่า โลก และความเห็นแก่ตัว อันนี้ก็ถือว่ามากเกินไป

การประหยัด คือ การรู้จักคุณค่าของเงิน ว่าเงินเป็นสิ่งที่หายากลำบาก ทุกบาททุกสตางค์ถ้าจะใช้เพื่อประโยชน์เพื่อปรับปรุงทางการค้าเครื่องมือเครื่องไม้ทำมาหากิน ถ้าจำเป็นต้องซื้อก็ต้องซื้อเพราะคู่แข่งเขาพัฒนาไปถึงไหนเรายังเป็นนักค้าขายแบบ Analog เหมือนโทรศัพท์โบราณต้องหมุนเลขทีละตัวว่าจะครบ 7 ตัว สมัยนี้ต้องใช้ระบบสัมผัส หรือดิจิทัลหมดแล้ว

นักการค้าที่รู้จักใช้เงินจะถือคติว่า One Baht Save is One Baht Earn แปลว่า ประหยัดได้หนึ่งบาทก็เท่ากับหาเงินได้หนึ่งบาท ถ้ายังไม่มีทางหาเงินได้ สู้เก็บเงินไว้ก่อน เก็บหอมรอมริบไว้ใช้ยามจำเป็นดีกว่า

นักธุรกิจใหม่บางคนเมื่อเติบโตพอเริ่มทำการค้าก็ตกแต่งห้องอย่างหรูหรา ซื้อเครื่องอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ อย่างสวยงาม ทั้งที่ธุรกิจยังไม่แข็งแรง ไม่เติบโต จ้างคนมากมายทั้งที่ยังไม่รู้ว่าจะคนเหล่านั้นจะทำเงินให้ได้มากหรือไม่ ถ้าจะลงบัญชีถือเป็นรายทรัพย์สิน (Asset) หรือรายจ่ายที่เป็นภาระสิ้นเปลือง (Liability) ก็ยังไม่รู้ รับๆเอาไว้ก่อน มาตรฐานที่ค่าใช้จ่ายเกินรายได้บริษัทอยู่ไม่ได้ต้องปิดกิจการไปอย่างน่าเสียดาย

ปัญหาใหญ่ของนักค้ามือใหม่คือ ไม่มีแผนการเงินอย่างรัดกุมล่วงหน้า ภาษาการตลาดคือต้องรบให้ชนะบนกระดานเสียก่อนคือ กำหนดบนกระดานก่อนว่ามีกำไรแน่นอนจนถึงจะดำเนินการ นักการค้ามือใหม่ต้องมีวินัยทางการเงิน มีระบบตรวจสอบ ระบบถ่วงดุลอำนาจ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขได้ทันทั่วทั้งที่ เพราะถ้าบริหารตรงนี้ไม่ได้ คือ จุดอันตรายที่สุดของการค้า เพราะคำว่าตลาดนั้นต้องมีกำไร

6. กล้าเสี่ยง เพราะการประกอบธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นสิ่งคู่กัน เป็นการท้าทายความรู้ความสามารถ (สุรชัย ภัทรบรรเจิด 2554) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีความกล้าเสี่ยงต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวจากการดำเนินธุรกิจ หากระดับความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการ

ประเมินแล้วว่า ไม่เกินความสามารถ ก็จะทำให้บรรลุผลสำเร็จได้ โดยพยายามลดความเสี่ยงด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ หรือหาทางเลือกหลาย ๆ ทางในการประกอบธุรกิจ เช่น การวางแผนทางธุรกิจ การตลาด ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น

7. สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น นอกจากความรู้ความสามารถในการทำงานแล้ว คุณลักษณะสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการประการหนึ่ง คือ ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นเช่น การชักจูงใจหรือโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ให้ความร่วมมือในการทำงาน มีความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างแรงจูงใจ สร้างทัศนคติ และความจงรักภักดีต่อผู้ร่วมงานให้ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้

8. มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าที่จะตัดสินใจ ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ควรมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความเป็นอิสระ และพึ่งพาตนเอง เข้มแข็ง ไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มีความทะเยอทะยาน และมีลักษณะเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหลายคนเคยมีประวัติความล้มเหลว ในการประกอบธุรกิจมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะในช่วงแรกของชีวิตการทำงาน แต่ผู้ประกอบการ ก็จะนำความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะในช่วงแรกของชีวิตการทำงาน แต่ผู้ประกอบการก็จะนำความล้มเหลวนั้นมาเป็นบทเรียน เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น จนประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่กล้าตัดสินใจโดยอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ดีและละเอียดรอบคอบ (สุรชัย ภัทรบรรเจิด 2554)

9. แสวงหาความรู้เพิ่มเติม และทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนหนึ่งไม่ได้สำเร็จการศึกษาในระดับสูงหรือจบการศึกษา ด้านการประกอบธุรกิจ แต่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ และสามารถดำเนินกิจการได้ เพราะรู้จักขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการที่ดีจึงควรที่จะติดตามข่าวสารการตลาด ศึกษาวิธีการ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ และวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ ยังสามารถแสวงหาความรู้ได้จากบุคคลอื่นโดยการเข้าร่วมอบรมสัมมนา การปรึกษาหารือ และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ(สุรชัย ภัทรบรรเจิด 2554)

10. มีความสามารถในการบริหารและการจัดการ คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ คือ มีความสามารถในการบริหารและการจัดการ มีลักษณะเป็นผู้นำ สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่น ได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก ซึ่งลักษณะความเป็นผู้นำ ในแต่ละระดับของกิจการก็จะแตกต่างกัน เช่น ในระยะแรกของการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมเป็นผู้ลงมือทำทุก

อย่างด้วยตนเอง ทำงานหนักเพื่อความสำเร็จ เป็นแบบอย่าง ที่ดีแก่เพื่อนร่วมงาน คอยให้คำแนะนำแนวทางในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งพร้อมที่จะปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ เมื่อธุรกิจเจริญเติบโต ผู้ประกอบการจะต้องบริหารงานด้วยความเชื่อมั่น มีการไว้วางใจ และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้ดำเนินการ ด้วยตนเอง สำหรับผู้ประกอบการก็จะมีเวลามากขึ้นในด้านความคิดสร้างสรรค์ หาช่องทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ หาดตลาดใหม่และขยายการลงทุน ใช้หลักการและเหตุผลวางแผนงาน ตั้งการ และตัดสินใจเกี่ยวกับการทำงาน จัดคนให้เหมาะสมกับงาน ตลอดจนควบคุมการทำงาน ให้บรรลุตามเป้าหมาย

11. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง (สุรชัย ภัทรบรรเจิด 2554) หรือพึงพอใจในสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่จะนำเอาความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานด้วยวิธีการใหม่ๆ ให้ดีกว่าเดิม ในการดำเนินงานจะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจ และเข้าถึงปัญหาในลักษณะที่แตกต่างจากบุคคลอื่น โดยพยายามหาทางแก้ไขอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น มีความกล้าที่จะใช้เทคนิคการขายแบบใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการ มีความกล้าในการผลิตคิดค้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด การนำอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ ตลอดจนการแสวงหาวัตถุดิบใหม่ หรือการใช้วัตถุดิบอื่นทดแทน การขยายตลาดใหม่โดยนำความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่มาใช้ปรับปรุง การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนการผลิตจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์การคิดค้นของตนเองหรือบุคคลอื่น เช่น นักวิจัยหรือผู้เชี่ยวชาญที่ดี แล้วนำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในกิจการของตนเอง

12. มีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นบุคคลสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเศรษฐกิจ ทำให้ประเทศชาติเกิดการพัฒนา สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ประชากรในสังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้และอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการรับผิดชอบต่อสังคม (สุรชัย ภัทรบรรเจิด 2554) เพราะผู้ประกอบการต้องพึ่งพาอาศัยสังคมในรูปของลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ หากสังคมดำรงอยู่ได้ด้วยดีย่อมส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านยอดขายและกำไร ตลอดจนความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ สิ่งที่ผู้ประกอบการควรเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคมได้แก่ การเสียภาษีให้ถูกต้อง ช่วยเหลือชุมชนในการสร้างความปลอดภัย เช่น การสร้างสะพานลอย การปรับปรุงสวนสาธารณะ เป็นต้น นอกจากการประเมินตนเองในฐานะผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องประเมินสถานการณ์ทางการเงินของตนเองด้วย เพราะผู้ประกอบการต้องมีเงินพอที่จะเริ่มประกอบธุรกิจ และจะต้องมีเงินสำรองไว้ใช้จ่ายส่วนตัวในขณะที่ยังไม่มีรายได้จากการประกอบ

ธุรกิจ จะเห็นได้ว่า ในขั้นตอนนี้เป็นการประเมินตนเอง ว่าเหมาะที่จะประกอบธุรกิจหรือไม่ และ จะได้ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จควรมีลักษณะของผู้ประกอบการพื้นฐานอย่างไรบ้าง พร้อมกับเป็นการสำรวจตนเองว่ามีคุณลักษณะดังกล่าวหรือไม่ (จากคุณสมบัติเบื้องต้นนี้จึงเป็นตัวกำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยสำหรับตัวแปร Y)

ยุทธศาสตร์การสร้างผู้ประกอบการและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(2551:24) ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งสำคัญๆ และ สอบถามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยจัดกรอบการทำงานในปี พ.ศ. 2551 - 2554 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรม :
โดยมุ่งเน้นพัฒนาองค์กรและบุคลากรในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมเดิมที่มีความพร้อมและศักยภาพสูง ทั้งอุตสาหกรรมรายสาขาและอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งต้องการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้ สูงขึ้นด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงและมีนวัตกรรมในตัวสินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีโครงการ / กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน (Manufacturing Development to Competitiveness Programme : MDICP) โครงการบริการเงินสมทบจ้างที่ปรึกษา เพื่อการปรับปรุงการผลิต การจัดการ และการตลาด (Consultancy Fund :CF) โครงการให้บริการปรึกษาแนะนำเชิงลึกอุตสาหกรรมรายสาขา โครงการให้บริการปรึกษาแนะนำเชิงลึกอุตสาหกรรมสนับสนุน โครงการจัดการพลังงานแบบสมบูรณ์ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานสำหรับอุตสาหกรรม (Total Energy Management : TEM) โครงการให้บริการปรึกษาแนะนำเชิงลึกด้านผลิตภัณฑ์และต้นแบบบรรจุภัณฑ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต้นแบบบรรจุภัณฑ์ โครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอุตสาหกรรมไทย โครงการสร้างนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมวิศวกรรมไทย โครงการปรับปรุงเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเซรามิก โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีชีวภาพนาโนเทคโนโลยีและปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อใช้เชิงพาณิชย์ โครงการศึกษาวิจัยระบบและรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสนับสนุน การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ : สร้างปัจจัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสนับสนุนในลักษณะ

ข้อมูลสารสนเทศ ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม(BOC) ห้องแสดงผลิตภัณฑ์ ห้องสมุด ไว้สำหรับสืบค้น ข้อมูลด้วยตนเอง ห้องปฏิบัติการให้บริการทดสอบตัวผลิตภัณฑ์ อาทิ เครื่องเรือนห้องทดสอบ คุณภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการสร้างโครงการศูนย์เครือข่ายบริการทดสอบ วิเคราะห์ วิจัย ด้านอุตสาหกรรม โครงการสร้างและพัฒนาบริการธุรกิจด้านที่ปรึกษา APEC IBIZ โครงการพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรมแบบครบวงจร โครงการสร้างและพัฒนาบริการ ธุรกิจด้านออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โครงการพัฒนามาตรฐานและเครือข่ายบริการธุรกิจ อุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มมูลค่า การลงทุนและศักยภาพของผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน : มุ่งเน้นการเสริมสร้างผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง ทั้งด้านการสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur Creation) และพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมให้เกิดความ ตื่นตัวหรือเห็นประโยชน์ที่จะลงทุนในปัจจุบันที่เกิดผลประโยชน์ในระยะยาวแนวทางในการเพิ่ม มูลค่า การลงทุนและศักยภาพของผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจัด ให้มีโครงการรองรับในหลากหลายกิจกรรมด้วยกัน เช่นโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation : NEC) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม(คพอ.) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โครงการเสริมสร้างสังคมผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสมรรถนะและประสิทธิภาพขององค์กร : มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้เป็นผู้มีอาชีพในการให้บริการซึ่งพร้อมไป ด้วยจริยธรรม ธรรมภิบาล และสามารถขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรหลักในการนำภูมิ ปัญญา นวัตกรรม องค์ความรู้ เพื่อการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมไทยให้มั่นคงและพึ่งพาตนเองได้ อย่างยั่งยืน ในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรนั้นได้ดำเนินการตามแนวทางที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนดคือ การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ PMQA (Public Sector Management Quality Award) นอกจากนี้ได้วางกรอบแนวทางในการจัดการองค์ความรู้ของกรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการจัดการความรู้สมัยใหม่ในยุคของสังคมแห่งการเรียนรู้ให้ไปสู่การ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์และวัฒนธรรมการทำงานของบุคลากรและหน่วยงานภาครัฐได้เต็ม ประสิทธิภาพ

3. ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

โรเจอร์(Roger 1978 : 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2533 : 122) ได้ กล่าวถึง ทักษะคิด ที่เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือ สิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทักษะคิด นั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึง

พฤติกรรม ในอนาคตได้ ทำสนคดี จึงเป็นเพียง ความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็น มิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสาร ภายในบุคคล(Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสาร อันจะมีผลต่อ พฤติกรรมต่อไป ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(2529:168) ได้กล่าวไว้ว่า ทำสนคดี หมายถึงลักษณะของความนึกคิด ความเชื่อของบุคคลในการที่จะชอบหรือเกลียดสิ่งของ บุคคลปรากฏการณ์ต่างๆ สำหรับทำสนคดีตามที่โรเบิร์ต อี.ซิลเวอร์แมน(อ้างถึงใน สุปภาณี สนธิ รัตน์และคณะ 2545:368) ได้กล่าวไว้ในจิตวิทยาทั่วไปว่าทำสนคดี คือความโน้มแน้วที่จะตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าต่างๆ เช่น คน สัตว์ วัตถุ และสถานการณ์ต่างๆทำสนคดีมีองค์ประกอบ(Component) ที่ สำคัญของทำสนคดี 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านสติปัญญา(Cognitive Component) หมายถึงความรู้ของคนที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ถ้าต้องการวัดทำสนคดีของคนไทยที่มีต่อระบบพรรคการเมืองในประเทศไทยต้อง แน่ใจว่าคนที่จะถูกวัดทำสนคดีนั้นมีความรู้ในเรื่องที่ต้องการวัดเป็นอย่างดีจึงจะวัดทำสนคดีเขาได้
2. องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก(Affective Component) ซึ่งสามารถ แสดงออกด้วยความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ รัก-เกลียด หรือเฉยๆ เป็นต้น
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออก(Behavioral Component) คือความโน้ม เียงของพฤติกรรมที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเช่นจะซื้อหรือไม่ซื้อ

คุณลักษณะของทำสนคดี

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรม(2529:168) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทำสนคดีไว้ว่า

1. ทำสนคดีเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่ เกิดขึ้นภายในตัวคนแต่ละคน
2. ทำสนคดีไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด เพราะเป็นเรื่องที่เกิดจากการเรียนรู้จาก ประสบการณ์ ปัจจัยที่มีส่วนสร้างทำสนคดีได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่นครอบครัว เพื่อน สังคม และรวมทั้งบุคลิกท่าทางของคนนั้นอีกด้วย
3. ทำสนคดีมีลักษณะมั่นคงถาวรหากเปลี่ยนแปลงได้ต้องใช้เวลาานาน เพื่อ เปลี่ยนความเชื่อนั้น
4. ทำสนคดีจะต้องอิงบุคคล หรือสิ่งของเสมอ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อสร้าง ทำสนคดีอาจเป็นบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ

ปรีชา ทิวะหุต(2541:9) ได้กล่าวไว้ในคู่มือผู้ประกอบการ ว่าองค์ประกอบของทำสนคดี ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการคือ

1. องค์ประกอบทางด้านความเข้าใจ(The Cognitive Component) ได้แก่ ความรู้ความเชื่อ ความคิดรวบยอด หรือการรับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งอาจเป็นแง่ดีหรือไม่ดี อธิบายได้ว่าหมายถึงความรู้ความเข้าใจต่อความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ และความเข้าใจต่อความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก(The Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากองค์ประกอบแรก อธิบายได้ว่าเป็นความรู้สึกและอารมณ์ที่บุคคลมีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ในส่วนของความมีอิสระในการทำงาน การยินดีที่จะยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุน การทำงานที่รู้สึกเป็นการท้าทายความรู้ความสามารถ ความรู้สึกที่ต้องอดทนต่อการทำงานที่ยากลำบาก ความพอใจที่จะริเริ่มในสิ่งใหม่ๆ และความรู้สึกมั่นใจต่อความรู้ความสามารถของตนเอง

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม(The Behavioral Component) เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มเชิงที่จะมีการกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้อธิบายได้ว่าเป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิบัติการหรือความตั้งใจก่อพฤติกรรมใน การเป็นผู้ประกอบการซึ่งการปฏิบัติที่จะแสดงออกโดยไม่ฝืนต่อความคิด และความรู้สึกในสององค์ประกอบข้างต้น โดยมีสิ่งแวดล้อมต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่นภาวะเศรษฐกิจ การสนับสนุนของภาครัฐ การเห็นความก้าวหน้าและความสำเร็จของบุคคลอื่นๆ การที่สังคมยอมรับในการประกอบอาชีพอิสระการสนับสนุนของกลุ่มเพื่อน ชุมติ ครอบครัว เป็นต้นในการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาจะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบคือองค์ประกอบด้านความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม(จากคุณลักษณะด้านทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการทำให้ได้ตัวแปร x)

4. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการขั้นพื้นฐานของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์(Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์

มาสโลว์ มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นแรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ด้วยกัน

1. **ความต้องการด้านร่างกาย(Physiological needs)** เป็นความต้องการปัจจัย 4 เช่น ต้องการอาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อป้องกันความร้อน หนาวและอุบัติเหตุ ยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศร้อน หนาว และสัตว์ร้าย ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน จึงมีความต้องการพื้นฐานขั้นแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการบรรลุให้ได้ก่อน

2. **ความต้องการความปลอดภัย(Safety needs)** หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว จะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของตนเองเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น หลังจากมนุษย์มีอาหารรับประทานจนอิ่มท้องแล้ว ได้เริ่มหันมาคำนึงถึงความปลอดภัยของ อาหาร หรือสุขภาพ โดยหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสารพิษที่ติดมากับอาหาร ซึ่งสารพิษเหล่านี้อาจสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับชีวิตของเขา เป็นต้น

3. **ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ(Belonging and love needs)** เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป เช่น ต้องการให้พ่อแม่ พี่น้อง คนรัก รักเราและต้องการให้เขาเหล่านั้นรักเราคนเดียว ไม่ต้องการให้เขาเหล่านั้นไปรักคนอื่น โดยการแสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

4. **ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น(Esteem needs)** เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่งหลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ต้องการได้รับเกียรติจากผู้อื่น เช่น ต้องการการเรียกขานจากบุคคลทั่วไปอย่างสุภาพ ให้ความเคารพนับถือตามควรไม่ต้องการการกดขี่ข่มเหงจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

5. **ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง(Self - actualization needs)** เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ได้ผ่านความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่มีและเป็นอยู่ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่นๆ มาก่อนและต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

เมื่อวิเคราะห์โดยรอบด้านแล้วจะพบว่าระดับความต้องการทั้ง 5 ระดับของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์นั้น สามารถตอบคำถามเรื่องความมุ่งหมายของชีวิตได้ครบถ้วน ในระดับหนึ่ง เพราะมนุษย์เราตามปกติจะมีระดับความต้องการหลายระดับและเมื่อความต้องการระดับต้นได้รับการสนองตอบก็จะเกิดความต้องการในระดับสูงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไปตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด

การตอบคำถามเรื่องเป้าหมายและคุณค่าของชีวิตมนุษย์ตามแนวของจิตวิทยาแขนงมนุษยนิยมจึงทำให้เราได้เห็นคำตอบในอีกแง่มุมหนึ่ง

5. ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของเดวิด ซี แมคคิลแลนด์

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้(Learned Needs Theory) ของเดวิด ซี แมคคิลแลนด์ เป็นผู้เสนอทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ขึ้น โดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้อง ความต้องการจึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรารู้ว่าในทางสังคมแล้ว เรามีความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ(need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีมาตรฐานสูงขึ้นในชีวิต มีผู้มีความต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- มีเป้าหมายในการทำงานสูง ชัดเจนและท้าทายความสามารถ
- มุ่งที่ความสำเร็จของงานมากกว่ารางวัล หรือผลตอบแทนเป็นเงินทอง
- ต้องการข้อมูลย้อนกลับในความก้าวหน้าสู่ความสำเร็จทุกระดับ
- รับผิดชอบงานส่วนตัวมากกว่าการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

2. ความต้องการอำนาจ(need for power) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุมสร้างอิทธิพล หรือรับผิดชอบในกิจกรรมของผู้อื่น ผู้มีความต้องการอำนาจจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- แสวงหาโอกาสในการควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น
- ชอบการแข่งขันในสถานการณ์ที่มีโอกาสให้ตนเองครอบงำคนอื่นได้
- สนุกสนานในการเชิญหน้าหรือโต้แย้ง ต่อสู้กับผู้อื่น

ความต้องการอำนาจมีสองลักษณะ คือ อำนาจบุคคล และอำนาจสถาบัน อำนาจบุคคลมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าองค์กร แต่อำนาจสถาบันมุ่งเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยทำงานร่วมกับคนอื่น

3. ความต้องการความผูกพัน(need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไว้อย่างใกล้ชิด ผู้มีความต้องการความผูกพันมีลักษณะ ดังนี้

- พยายามสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพและมิตรภาพให้ยั่งยืน
- อยากให้บุคคลอื่นชื่นชอบตัวเอง
- สนุกสนานกับงานเลี้ยง กิจกรรมทางสังคม และการพบปะสังสรรค์

- แสวงหาการมีส่วนร่วม ด้วยการร่วมกิจกรรมกับกลุ่ม หรือองค์กรต่างๆ สัดส่วนของความต้อการทั้งสามนี้ ในแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน บางคนอาจมีความต้อการอำนาจ สูงกว่าความต้อการด้านอื่น ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจมีความต้อการความสำเร็จสูง เป็นต้น ซึ่ง จะเป็นส่วนที่แสดงอุปนิสัยของคนคนนั้นได้

6. ข้อมูลของคณะ

ประวัติความเป็นมา

มหาวิทยาลัยศิลปากร มีนโยบายการกระจายโอกาสการศึกษาไปสู่ภูมิภาค จึงขยายเขต การศึกษาไปยังวิทยาเขตแห่งใหม่ที่จังหวัดเพชรบุรี เป็นวิทยาเขตแห่งที่ 3 ของมหาวิทยาลัย ถัด จากวิทยาเขตวังท่าพระ กรุงเทพฯ และวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

คณะวิทยาการจัดการ (Faculty of Management Science) จัดตั้งขึ้นเป็นคณะวิชาที่ 12 ในมหาวิทยาลัยศิลปากร เริ่มจัดการเรียนการสอนที่วิทยาเขตเพชรบุรีในปี พ.ศ. 2545 ณ วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี มีจุดมุ่งหมายที่จะผลิตบุคลากรในสาขาวิชาที่สามารถประกอบอาชีพอิสระได้ ระดับหนึ่ง เป็นบัณฑิตที่มีความสามารถทางธุรกิจขั้นพื้นฐาน รวมทั้งมีความสามารถในการร่วม ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจเอกชนได้เป็นอย่างดี โดยคำนึงถึงความสามารถในการ ตอบสนองต่อความต้อการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพชีวิต และคุณภาพ สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

คณะวิทยาการจัดการ มีความมุ่งมั่น ที่จะเน้นให้นักศึกษาของคณะได้ฝึกฝนความรู้และ ทักษะในภาษาอังกฤษ และ/หรือภาษาต่างประเทศที่สอง รวมทั้งทักษะทางด้านเทคโนโลยี และ การเป็นผู้ประกอบการ คณะยังสนับสนุนให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรง ทั้งจากการฝึกงาน การดูงาน การแข่งขันภายนอก และการทำโครงการต่างๆ ในทุกหลักสูตรของคณะ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ปณิธานการศึกษา : สร้างสรรค์ปัญญา พัฒนาความรู้ เชิดชูจริยธรรม ผู้นำการปฏิบัติ

วิสัยทัศน์ : คณะวิทยาการจัดการเป็นศูนย์กลางความรู้ด้านการจัดการและการวิจัย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ตลอดจนสังคม ส่วนรวม ตามหลักเสรีภาพทางวิชาการ รวมทั้งชำระไว้ซึ่งเอกลักษณ์ วัฒนธรรมแห่งภูมิปัญญา ไทย เพื่อมุ่งเน้นสู่มาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

พันธกิจ

1. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความรู้ มีความเป็นผู้นำ และเพียบพร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม และมีมาตรฐาน สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล
2. ทำการวิจัยเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่จะนำไปใช้ได้ ให้เกิดประโยชน์ทางการพัฒนาทั้งชุมชนและธุรกิจ
3. ให้บริการวิชาการเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนในภูมิภาคตะวันตก และพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย
4. เป็นศูนย์กลางในการศึกษา และพัฒนาเพื่อมีส่วนร่วมของประชาชนในภูมิภาคตะวันตก
5. เป็นศูนย์กลางสืบสาน สร้างสรรค์ สนับสนุน บูรณาการศิลปะ และวัฒนธรรมในภูมิภาคตะวันตก

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป (เปิดรับนักศึกษา ตั้งแต่ปีพ.ศ.2552) มีเป้าหมายผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง รู้จักนำความรู้ แนวคิด ทฤษฎีและกลยุทธ์ต่างๆ ในด้านการจัดการ ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในวงการธุรกิจหรือหน่วยราชการ

การเรียนการสอนเน้นการจัดการด้านต่างๆ อาทิ การจัดการการตลาด การจัดการเงิน การจัดการการดำเนินงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ ภาษาอังกฤษ และกระบวนการวิจัย เน้นประสบการณ์ฝึกงานในสถานประกอบการจริง

ผลงานวิจัยระดับปริญญา ระดับปริญญาตรี

สาขาวิชาการตลาด ความสำคัญของวิทยาการด้านการตลาดสมัยใหม่นั้น มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งที่เน้นหรือไม่เน้นผลกำไร ทั้งเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และการสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและผู้รับบริการ มหาวิทยาลัยศิลปากรจึงได้พัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดขึ้นมา โดยเน้นวิชาการตลาดในธุรกิจบริการซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศไทย

การเรียนการสอนเน้นแนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการบริหารจัดการ และการตลาด การใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาด การวิจัยตลาด อุตสาหกรรมบริการ การจัดการแสดง การจัดงาน และภาษาอังกฤษ มีการฝึกปฏิบัติงาน หรือจัดทำโครงการวิจัยด้านตลาด

เนื่องด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาธุรกิจทั่วไป) และหลักสูตรบริหารธุรกิจ(สาขาการตลาด) หลักสูตรทั้ง 2 หลักสูตรข้างต้นนี้เป็นหลักสูตรที่เน้นในเรื่องของการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ดังนั้นจึงเลือก 2 หลักสูตรนี้เพื่อเป็นประชากรในการทำการวิจัยครั้งนี้

7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ(2553) ศึกษาเรื่องความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันจากการศึกษาพบว่า ปัจจุบัน มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไปให้ความสนใจคำว่า "การเป็นผู้ประกอบการ"(Enterpreneurship) มากขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs คำว่า "การประกอบการ" เริ่มมีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 จนถึง ศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรม 3 ด้าน คือ การริเริ่ม การจัดการ และการยอมรับความเสี่ยง หรือ ความล้มเหลว ทั้งนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านได้ให้ความหมายของการประกอบการที่แตกต่างกันไป โดยสามารถสรุปความหมายของการเป็นผู้ประกอบการ ว่าหมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า โดยใช้เวลาให้คุ้มค่าและพอเพียงประกบกับการเงิน จิตวิทยา ความเสี่ยงทางสังคม รวมถึงการรับผลที่ได้จากเงินลงทุน ความพึงพอใจ และความเป็นอิสระ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะการดำเนินกิจกรรมของการประกอบการ คือ สิ่งกระตุ้นให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต ดังนั้นรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับ SMEs และมุ่งสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้และจิตความสามารถ และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยนั้นมีการประกอบการที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพสามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า และแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน

สุทัศน์ บุญยสิน(2551) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของนักเรียนนักศึกษาและเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้การทำแผนธุรกิจของนักเรียนนักศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย โดยเป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนนักศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย 7 วิทยาลัย คือ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเชียงราย วิทยาลัยเทคนิคเชียงราย วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาภิเษกเชียงราย วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย วิทยาลัยการอาชีพเชียงราย วิทยาลัยการอาชีพเทิง และวิทยาลัยการอาชีพเวียงเชียงรุ้ง จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 386 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ

ปวช.1 เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี และผู้ปกครองมีอาชีพทำการเกษตร ความคิดเห็นที่มีต่อคุณสมบัติเบื้องต้น สำหรับผู้ประกอบการใหม่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเป็นคนไม่ทอดง่าย ด้านการเป็นคนใฝ่รู้เสมอ และด้านการเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ส่วนความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการเป็นนักเสี่ยง ด้านการเป็นคนที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการเป็นนักแสวงหาโอกาสและด้านการเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ดี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจที่เห็นด้วยในระดับมาก คือ แผนธุรกิจสามารถบอกถึงแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนั้นๆได้ การทำแผนธุรกิจทำให้สามารถกำหนดสินค้าและบริการที่จะขายให้ชัดเจน และแผนธุรกิจทำให้สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าได้ การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของนักเรียนนักศึกษา สังกัดองค์การศึกษาระดับจังหวัดเขียงรายนี้ทำให้ทราบความคิดเห็นของนักเรียนนักศึกษาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมให้นักเรียนนักศึกษาระดับอาชีวศึกษารุ่นใหม่ได้พัฒนาศักยภาพเพื่อเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่ต่อไป

ญาณัญญา ศิริภักร์ธาดา(2550) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านสถานการณ์ภายนอก ปัจจัยทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) ทำการศึกษาพฤติกรรมด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) ทำการวิเคราะห์เป็นรูปแบบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา(Descriptive Analysis) และสถิติเชิงวิเคราะห์(Inferential Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 200 คน

ผลจากการสำรวจปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าส่งออก คือ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ

มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจส่งออก คุณภาพของสินค้า การรักษาคุณภาพ และมาตรฐานการส่งออก ซึ่งปัจจัยที่มีผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหา สามารถสรุปเป็นปัจจัยสองปัจจัย คือ ปัจจัยสถานการณ์ภายนอก และปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ภายนอก คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่นปัจจัยทางด้านค่าเงินบาท ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ว่าปัจจัยทางด้านสถานการณ์ภายนอก มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปัจจัยทางการตลาด คือ ตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของสินค้า การรักษาคุณภาพและมาตรฐานของตัวผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพราะเป็นสินค้าหรือสิ่งของที่มีมูลค่าเพิ่มในการส่งออก ซึ่งสอดคล้อง

กับสมมติฐานของการวิจัยที่ว่าปัจจัยทางด้านทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง คือ ทางด้านเทคโนโลยีการผลิต สถานการณ์การแข่งขัน การจูงใจในการส่งออก ระเบียบพิธีการในการส่งออก สร้างผลกระทบต่อธุรกิจส่งออก การเปิดเสรีทางการค้า การเมืองปัจจุบันมีผลต่อการส่งออก ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่งออกว่ารัฐบาลควรให้การสนับสนุนในด้านการส่งออกในเรื่องต่างๆ ได้แก่ ภาษีการส่งออก มาตรฐานการนำเข้าสินค้า และการส่งออกสินค้าการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเงินในการลงทุน ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกต่างๆ

ไชยยศ ธงภักดิ์(2547) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ใช้ประกอบการเลือกอาชีพและการเตรียมตัวของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษา โดยเฉลี่ยแล้ว พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด($\bar{x}=4.84$) คือปัจจัยด้านความมั่นคงในอาชีพ

2. การเตรียมตัวเพื่อประกอบอาชีพของนักศึกษาเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด($\bar{x}=4.07$) คือการเตรียมตัวด้านความพยายามศึกษาเพื่อสอบให้ได้ค่าระดับคะแนนสูงๆ จะมีโอกาสหางานทำได้มากขึ้น

3. ปัญหาในการเลือกอาชีพ พบว่าเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นของนักศึกษารวมทั้ง 3 โปรแกรมวิชาและจำแนกตามโปรแกรมวิชา ได้ข้อสรุปเดียวกันว่า ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีคะแนนสูงสุดคือเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วไม่มีโอกาสที่จะได้งานทำตามที่เราคาดหวังไว้

เบญจพร วชิรศรีสุนทร(2545) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมเพื่อการมีงานทำของนักศึกษารวมศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่านักศึกษารวมศาสตร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นหญิงมากกว่าชาย อายุเฉลี่ย 22 ปี ในช่วงเวลาหลังจากจบการศึกษาแล้วในการเตรียมความพร้อม นักศึกษาส่วนมากเตรียมความพร้อมในระบบของมหาวิทยาลัย คือฝึกงานหรือฝึกภาคปฏิบัติ ร้อยละ 74.0 และ ร้อยละ 72.6 ได้รับโอกาสจากทางมหาวิทยาลัยอย่างเพียงพอ นอกจากนั้น นักศึกษาเตรียมความพร้อมด้วยตนเอง คือวางแผนและวางเป้าหมายในชีวิตการทำงาน ร้อยละ 84.9 และหาโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอระหว่างที่ยังศึกษาอยู่และหลังจากการสำเร็จการศึกษา ร้อยละ 81.2 การเตรียมความพร้อมดังกล่าวทำให้นักศึกษาเกิดความพร้อมด้านความรู้และความสามารถในระดับปานกลาง ส่วนความพร้อมด้านบุคลิกภาพในระดับมากผลของการเตรียมความพร้อมต่อการมีงานทำ พบว่านักศึกษามีการเตรียมความพร้อมทั้งสองลักษณะส่วนมากมีงานทำโดยมีระยะเวลาในการหางาน 1-4 เดือนและได้ทำงานตรงกับโปรแกรมวิชาที่เรียน ปัจจัยที่ทำให้ได้งานทำคือมีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของหน่วยงานและชื่อเสียงของ

สถาบันการศึกษา ผู้มีงานทำส่วนมากทำงานในธุรกิจเอกชน มีรายได้ 10,001-15,000 บาท พึงพอใจในการทำงานโดยภาพรวมในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจมากในเรื่องการยอมรับของสมาชิกในครอบครัวและคนรอบข้างในงานที่ทำ การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานทุกคนได้เป็นอย่างดี มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในการทำงาน ปัญหาและอุปสรรคในการเตรียมความพร้อมที่เกิดจากมหาวิทยาลัย ได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการหางาน และระบบโควตาทำให้นักศึกษาประสบปัญหาในการลงวิชาเรียน สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากตนเอง ได้แก่ ขาดแรงจูงใจและการกระตือรือร้น ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเตรียมความพร้อมที่เกิดจากตลาดแรงงาน ได้แก่ การแข่งขันในตลาดแรงงานสูง และผู้สำเร็จการศึกษามีจำนวนมากกว่าตำแหน่งงานว่าง จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมกับการมีงานทำ พบว่า การเตรียมความพร้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีงานทำ และจากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่าผู้มีงานทำและผู้ไม่มีงานทำที่ผ่านการเตรียมความพร้อมโดยมหาวิทยาลัยและการเตรียมความพร้อมด้วยตัวเอง ได้รับผลของการเตรียมความพร้อมในด้านความรู้ ความสามารถ และบุคลิกภาพ ไม่ต่างกัน

4. **พิพัฒน์ บุญฉิม(2545)** ศึกษาเรื่องการวางแผนเข้าสู่อาชีพของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า

1. นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในจังหวัดฉะเชิงเทรามีการวางแผนเข้าสู่อาชีพใน 5 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรู้จักตนเองและด้านการปฏิบัติงานและค้นหาอาชีพที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของตน นักศึกษามีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการปรึกษาผู้มีความรู้ ด้านการเตรียมตัวเพื่อประกอบอาชีพและด้านวางแผนในการหางาน นักศึกษาปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

2. นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ศึกษาอยู่สังกัดต่างกัน มีการวางแผนเข้าสู่อาชีพใน 5 ด้าน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามีการวางแผนเข้าสู่อาชีพ ด้านการรู้จักตนเอง ด้านการศึกษาลักษณะงาน และค้นหาอาชีพที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของตน และด้านการเตรียมตัวเพื่อการประกอบอาชีพแตกต่างกัน ส่วนด้านการปรึกษาผู้มีความรู้และด้านการวางแผนในการหางานไม่แตกต่างกัน

3. นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ต่างประเภทวิชากัน มีการวางแผนเข้าสู่อาชีพ 5 ด้าน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามีการวางแผนเข้าสู่อาชีพ ด้านการปรึกษาผู้มีความรู้ แตกต่างกันส่วนด้านการรู้จักตนเอง ด้านการศึกษาลักษณะงานและค้นหาอาชีพที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของตน ด้านการเตรียมตัวเพื่อการประกอบอาชีพและด้านการวางแผนในการหางานที่ไม่แตกต่างกัน

4. นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีผลการเรียนแตกต่างกัน มีการวางแผนเข้าสู่อาชีพใน 5 ด้าน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามีการวางแผนเข้าสู่อาชีพ ด้านการรู้จักตนเอง กับด้านการศึกษาลักษณะงานและค้นหาอาชีพที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของตน แตกต่างกัน ส่วนด้านการเตรียมตัวเพื่อการประกอบอาชีพ และด้านการวางแผนในการหางานไม่แตกต่างกัน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้วิธี
การศึกษาเชิงสำรวจ(Survey Research) ด้วยแบบสอบถามที่จัดขึ้นโดยผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวม
ข้อมูล มีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรที่ศึกษา
2. การกำหนดประชากร
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ(Independent Variables) ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล
 - 1.2 ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย
2. ตัวแปรตาม(Dependent) ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- 2.1 ต้องมีความอดทน&อดกลั้นเป็นเลิศ
- 2.2 ต้องมีความอ่อนน้อมเป็นเลิศ
- 2.3 ต้องมีความวิริยะอุตสาหะ(ขยัน หมั่นเพียร)เป็นเลิศ
- 2.4 ต้องมีความซื่อสัตย์เป็นเลิศ
- 2.5 ต้องมีความประหยัด มัธยัสถ์ รู้จักคุณค่าของเงินเป็นเลิศ
- 2.6 กล้าเสี่ยง
- 2.7 สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น
- 2.8 มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าที่จะตัดสินใจ
- 2.9 แสวงหาความรู้เพิ่มเติม และทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ
- 2.10 มีความสามารถในการบริหารและการจัดการ

2.11 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2.12 มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปและนักศึกษาสาขาการตลาด ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 214 คน แบ่งเป็นสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปจำนวน 115 คน และสาขาวิชาการตลาด จำนวน 99 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลค้างนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของ นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปและนักศึกษาสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากตำราเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย นำมาประมวลสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา ผู้ประกอบการ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) สาขาวิชา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) มีเกณฑ์การวัดตามมาตราอัตราภาคตามวิธีของ Likert scale โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์แสดงความต้องการ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ผลงานวิจัยนี้เกี่ยวกับ ระดับปริญญาตรี

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการประเมิน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินแบบแบ่งอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อัตราภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้นที่ต้องการ} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

4. วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาสาระในกรอบแนวคิดที่ทำการศึกษาจากเอกสารตำรา ตัวอย่างแบบสอบถามที่มีลักษณะเนื้อหาการศึกษาคล้ายคลึงกัน สอบถามท่านผู้มีความสามารถแล้ว นำความรู้มาประมวลสร้างเป็นองค์ประกอบ

2. สร้างข้อคำถาม

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจเนื้อหาในแต่ละส่วน และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามไปแก่นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปและ นักศึกษาสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร และดำเนินการเก็บข้อมูล ช่วงภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดตรวจสอบความ สมบูรณ์และดำเนินการดังนี้

1. ลงรหัส(Cording) ในแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเองตามคู่มือลงรหัสที่จัดทำไว้

2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส

3. นำข้อมูลที่ได้นบันทึกไว้ ไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อทำ การวิเคราะห์ทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม นำมารวบรวมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive the social statistics) ประกอบด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการสรุปผลการศึกษา ตลอดจนข้อเสนอแนะ และนำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมอีกครั้งพร้อมกับจัดทำรูปเล่มเพื่อรายงานผลการศึกษา

1. ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences Personal Computer) มีขั้นตอนการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ

ตอนที่ 2 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ทำการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ทำการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยใช้การรวบรวมประโยคข้อเสนอแนะ มาเขียนเรียงลำดับ หากมีประโยคที่ซ้ำกันก็ใช้จำนวนความถี่

ทำการวิเคราะห์คำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำมาตราวัดแบบไลเคิร์ต สเกล(Likert scale) มาปรับใช้ ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2543:107-108)

ค่าเฉลี่ย 4.24-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.43-4.23 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.62-3.42 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.61 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ผลงานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดย ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก ประชากรเป้าหมาย จำนวน 214 ฉบับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอในตารางประกอบคำบรรยายโดยแบ่งเป็น 4 ด้านดังนี้ ด้านข้อมูลทั่วไป ด้านทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ด้านการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยและด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเมื่อไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ

	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	47	22
หญิง	167	78
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีจำนวน 167:47 คน คิดเป็นร้อยละ 78:22 จากจำนวน ประชากร 214 คน

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามสาขาวิชา

สาขาวิชา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป	115	53.7
สาขาวิชาการตลาด	99	46.3
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มากกว่าสาขาวิชาการตลาด โดยมีจำนวน 115:99 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7:46.3 จากจำนวน ประชากร 214 คน

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA)

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.50-2.00	0	0
2.01-2.50	30	14
2.51-3.00	99	46.3
3.01-3.50	75	35
3.51-4.00	10	4.7
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 2.51-3.00 จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมามีเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 3.01-3.50 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับต่อมา มีเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 2.01-2.50 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และอันดับสุดท้ายคือมีเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 3.51-4.00 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ส่วนในระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 1.5-2.00 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามรายใดอยู่ในระดับเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) นี้เลย

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ้านอยู่ในชุมชน	161	75.2
บ้านอยู่ห่างจากชุมชน	53	24.8
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่บ้านอยู่ในแหล่งชุมชนมากกว่าอยู่ห่างจากชุมชน โดยมีจำนวน 161:53 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2:24.8 จากจำนวนประชากร 214 คน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามอาชีพของบิดา

อาชีพของบิดา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รับราชการ	40	18.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	42	19.6
ค้าขาย	37	17.3
รับจ้าง	36	16.8
พนักงานบริษัทเอกชน	17	7.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	4.7
เกษตรกรกรรม	26	12.2
เสียชีวิต	2	0.9
อื่นๆ	4	1.9
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่บิดาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 รองลงมาอันดับที่สองคือ รับราชการ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และอันดับที่สาม คือค้าขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ จากจำนวนประชากร 214 คน

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามอาชีพของมารดา

อาชีพของมารดา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รับราชการ	29	13.6
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	21.0
ค้าขาย	54	25.2
รับจ้าง	29	13.6
พนักงานบริษัทเอกชน	14	6.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.9
เกษตรกรกรรม	21	9.8
แม่บ้าน	12	5.6
เสียชีวิต	3	1.4
อื่นๆ	3	1.4
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปมากกว่า สาขาการตลาด โดยมีจำนวน 115:99 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7:46.3 จากจำนวนประชากร 214 คน ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามผู้ปกครอง/ผู้อุปการะ

ผู้ปกครอง/ผู้อุปการะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บิดา	129	60.3
มารดา	73	34.1
พี่	5	2.3
ลุง	4	1.9
ป้า	3	1.4
อื่นๆ	0	0
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเป็นสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป มากกว่าสาขาการตลาด โดยมีจำนวน 115:99 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7:46.3 จากจำนวนประชากร 214 คน

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักศึกษา โดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1,500-2,000	2	0.9
2,001-2,500	13	6.1
2,501-3,000	37	17.3
3,001-3,500	37	17.3
3,501-4,000	19	8.9
4,001-4,500	29	13.6
4,501-5,000	29	13.6
5,001 ขึ้นไป	48	22.4
รวม	214	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเป็นสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป มากกว่าสาขาการตลาด โดยมีจำนวน 115:99 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7:46.3 จากจำนวน ประชากร 214 คน

ตอนที่ 2 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา
 ตารางที่ 11 ด้านความรู้ความเข้าใจ ต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็น อย่างไร เกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น					μ	σ	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. เป็นคนที่กำหนดทิศ ทางการดำเนินงาน ธุรกิจด้วยตัวเอง	33 (15.4)	129 (60.3)	52 (24.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09	0.63	มาก
2. ต้องสามารถยอมรับ ความเสี่ยงที่อาจจะ เกิดขึ้นได้	59 (27.6)	108 (50.5)	44 (20.6)	2 (0.9)	1 (0.5)	4.04	0.75	มาก
3. ไม่มีเงินเดือน รายได้ ที่แน่นอนได้รับจาก การลงทุน	49 (22.9)	99 (46.3)	60 (28.0)	5 (2.3)	1 (0.5)	3.89	0.80	มาก
4. ผลตอบแทนขึ้นอยู่กับ ความสามารถ บริหาร	62 (29.0)	109 (50.9)	41 (19.2)	1 (0.5)	1 (0.5)	4.07	0.73	มาก
5. ต้องศึกษา ข้อมูล เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ให้เข้าใจ	88 (41.1)	90 (42.1)	33 (15.4)	3 (1.4)	0 (0.0)	4.23	0.76	มาก
6. ต้องมีกลยุทธ์การ จัดการความเสี่ยงอย่าง เหมาะสม	73 (34.1)	104 (48.6)	35 (16.4)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.16	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08	0.73	มาก

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าการจะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องศึกษา ค้นคว้าข้อมูล
 เกี่ยวกับการทำธุรกิจให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และปัจจัยที่มีความสำคัญ
 น้อยที่สุด คือการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีเงินเดือนหรือรายได้ที่แน่นอนแต่จะ ได้รับ
 ผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ตารางที่ 12 ด้านความรู้สึกต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น					μ	σ	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. รู้สึกว่าเป็นอาชีพที่อิสระ ไม่ต้องเป็นลูกจ้างใคร	76 (35.5)	98 (45.8)	37 (17.3)	3 (1.4)	0 (0.0)	4.15	0.75	มาก
2. รู้สึกว่าเป็นอาชีพที่ทำ ทนายใช้ความรู้/สามารถใน การบริหาร	64 (29.9)	107 (50.0)	40 (18.7)	3 (1.4)	0 (0.0)	4.08	0.73	มาก
3. รู้สึกว่าต้องมีความวิริยะ อุตสาหะ และขยันทำงาน	78 (36.4)	95 (44.4)	37 (17.3)	4 (1.9)	0 (0.0)	4.15	0.77	มาก
4. รู้สึกว่าต้องมีความอดทน อดกลั้นต่ออุปสรรคต่างๆ	80 (37.4)	92 (43.0)	39 (18.2)	1 (0.5)	2 (0.9)	4.15	0.80	มาก
5. รู้สึกว่าต้องกล้าเสี่ยง กล้า ตัดสินใจการดำเนินงาน ต่างๆ	67 (31.3)	101 (47.2)	43 (20.1)	3 (1.4)	0 (0.0)	4.08	0.75	มาก
6. รู้สึกว่าต้องกล้าแสดง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ งานใหม่ๆ	66 (30.8)	108 (50.5)	39 (18.2)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.12	0.71	มาก
7. รู้สึกว่ามีอิสระในการ ทำงานมากกว่าการทำงาน บริษัท	67 (31.3)	85 (39.7)	53 (24.8)	8 (3.7)	1 (0.5)	3.98	0.87	มาก
8. รู้สึกว่าต้องเชื่อมั่นและมี ความมั่นใจในความรู้ ตนเอง	81 (37.9)	98 (45.8)	31 (14.5)	3 (1.4)	1 (0.5)	4.19	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.11	0.77	มาก

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องรู้สึกเชื่อมั่นในตนเองและมีความมั่นใจต่อความรู้ความสามารถของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และปัจจัยที่มี

ความสำคัญน้อยที่สุด คือรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมีความเป็นอิสระในการทำงานมากกว่าการทำงานในบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ตารางที่ 13 ด้านพฤติกรรม ต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็น อย่างไรเกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น					μ	σ	แปล ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ครอบครัวยอมรับให้ ต้องการเป็นผู้ประกอบการ รายย่อย	51 (23.8)	93 (43.5)	60 (28.0)	7 (3.3)	3 (1.4)	3.85	0.87	มาก
2. เพื่อนมีส่วนทำให้ ต้องการเป็นผู้ประกอบการ รายย่อย	27 (12.6)	87 (40.7)	86 (40.2)	12 (5.6)	2 (0.9)	3.58	0.82	มาก
3. สังคมและวัฒนธรรมมี ส่วนทำให้เกิดความ ต้องการ	40 (18.7)	85 (39.7)	81 (37.9)	8 (3.7)	0 (0.0)	3.73	0.80	มาก
4. ความสำเร็จของบุคคล ต่างๆทำให้มีความ ต้องการ	40 (18.7)	109 (50.9)	62 (29.0)	3 (1.4)	0 (0.0)	3.87	0.72	มาก
5. การได้มีโอกาสทดลอง ทำงาน ทำให้มีความ ต้องการ	45 (21.0)	104 (48.6)	61 (28.5)	4 (1.9)	0 (0.0)	3.89	0.75	มาก
6. หลักสูตรที่กำลังศึกษา อยู่ช่วยเสริมการเป็น ผู้ประกอบการ	49 (22.9)	110 (51.4)	53 (24.8)	2 (0.9)	0 (0.0)	3.96	0.72	มาก
7. การที่สังคมยอมรับทำ ให้มีความต้องการเป็น ผู้ประกอบการ	36 (16.8)	105 (49.1)	69 (32.2)	2 (0.9)	2 (0.9)	3.80	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.81	0.78	มาก

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า พฤติกรรมต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย คือ หลักสูตร และเนื้อหาที่กำลังศึกษาอยู่สามารถเสริมความรู้ความสามารถในการที่จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ เพื่อนมีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้สนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ตารางที่ 14 ตอนที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น					μ	σ	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ต้องมีคุณสมบัติเรื่อง ความอดทน&อดกลั้นเป็น เลิศ	59 (27.6)	122 (57.0)	30 (14.0)	2 (0.9)	1 (0.5)	4.10	0.70	มาก
2. การบริหารจัดการ ที่ดีเป็นคุณสมบัติของผู้ประ กอบการ	64 (29.9)	100 (46.7)	49 (22.9)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.06	0.74	มาก
3.ปรับตัวได้ดีเมื่อต้องเผชิญ กับสถานการณ์ที่เปลี่ยน แปลงไป	66 (30.8)	111 (51.9)	35 (16.4)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.13	0.70	มาก
4. เชื่อมั่นในตนเอง มีผลต่อ การเป็นผู้ประกอบการ	70 (32.7)	94 (43.9)	48 (22.4)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.08	0.76	มาก
5.ความอ่อนน้อมเป็น เลิศมีผลต่อการเป็นผู้ประ กอบการ	52 (24.3)	95 (44.4)	66 (30.8)	1 (0.5)	0 (0.0)	3.93	0.75	มาก
6. ความวิริยะอุตสาหะเป็น เลิศ(ขยันหมั่นเพียร)เป็นเลิศ	78 (36.4)	103 (48.1)	31 (14.5)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.20	0.71	มาก
7.สามารถพูดโน้มน้าวกคน อื่นให้คล้อยตามได้	61 (28.5)	103 (48.1)	49 (22.9)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.05	0.73	มาก
8.การยอมรับความเสี่ยงมีผล ต่อการเป็นผู้ประกอบการ	69 (32.2)	85 (39.7)	58 (27.1)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.03	0.80	มาก

ท่านมีความคิดเห็น อย่างไร เกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น					μ	σ	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
9.ต้องมีความประหยัด มัธยัสถ์ รู้จักคุณค่าของ เงินเป็นเลิศ	69 (32.2)	97 (45.3)	47 (22.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.09	0.76	มาก
10.ความซื่อสัตย์เป็น คุณสมบัติของการเป็น ผู้ประกอบการ	65 (30.4)	119 (55.6)	28 (13.1)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.15	0.67	มาก
11.ความคิดริเริ่มสร้าง สรรค์เป็นคุณสมบัติ ผู้ประกอบการ	69 (32.2)	97 (45.3)	46 (21.5)	2 (0.9)	0 (0.0)	4.09	0.76	มาก
12.ความรับผิดชอบต่อ สังคม	102 (47.7)	77 (36.0)	34 (15.9)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.31	0.75	มาก ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.10	0.74	มาก

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความอ่อนน้อมเป็นเลิศมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตารางที่ 15 หากไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย มีความสนใจประกอบอาชีพอะไร

อาชีพที่สนใจ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย
1.รับราชการ	78	36.4
2.พนักงานบริษัทเอกชน	79	36.9
3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	24.3
4.ออแกไนซ์	1	0.5
5.เกษตรกรรม	2	0.9
6.นักลงทุน/หุ้น	2	0.9
7.อื่นๆ	0	0.0

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าหากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย มีความสนใจที่จะประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 36.9, 36.4 และ 24.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากแบบสอบถามทั้งหมด 214 ชุด ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามท่านใดแสดงข้อเสนอแนะ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเป็น
ผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2) เพื่อศึกษา
ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปและ
นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 214
คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผล
โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

จากการวิจัยพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 78 เพศชายเป็นร้อยละ 22
นักศึกษาส่วนใหญ่ มีเกรดเฉลี่ยสะสม(GPA) ตั้งแต่ 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีภูมิลำเนาที่
อยู่อาศัยอยู่ในแหล่งชุมชนมากกว่าอยู่ห่างจากชุมชน คิดเป็นร้อยละ 75.2 บิดาของนักศึกษา
ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมารดาประกอบอาชีพค้าขาย และจากผลการวิจัยพบว่านักศึกษามี
ผู้ปกครอง/ผู้อุปการะเลี้ยงดูคือ บิดา คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่จำนวนเงิน
ตั้งแต่ 5,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.4

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา ประกอบด้วยทัศนคติ 3 ด้าน
คือ ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติด้านความรู้สึก และทัศนคติด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อ
การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

1.) ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ผลการวิจัยพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติ
ด้านความรู้ เข้าใจที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับมาก และพบว่าการจะเป็น

ผู้ประกอบการรายย่อยนั้นต้องศึกษา และค้นคว้าข้อมูลการทำธุรกิจให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.23

2.) ทักษะด้านความรู้ลึก ผลการวิจัยพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติด้านความรู้ลึกที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้ลึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องเชื่อมั่นในตนเอง และมีความมั่นใจต่อความรู้ความสามารถของตนเอง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.19

3.) ทักษะด้านพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับมาก และพบว่าหลักสูตรและเนื้อหาที่กำลังศึกษาศึกษาช่วยเสริมสร้างความรู้ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.96

การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับที่มาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความวิริยะอุตสาหะ (ขยัน หมั่นเพียร) มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตนที่ดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

นักศึกษาเพศชายมีความคิดเห็นที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมากกว่านักศึกษาเพศหญิงและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปเห็นด้วยกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมากกว่านักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โดยนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไปเห็นด้วยในระดับที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 ส่วนนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด เห็นด้วยในระดับที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.6 จากการวิจัยยัง พบว่า ภูมิภาคที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา โดยนักศึกษาที่มีบ้านอยู่ห่างจากชุมชนจะมีความคิดเห็นที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมากกว่านักศึกษาที่มีบ้านอยู่ในชุมชน

และจากผลการวิจัยพบว่า หากนักศึกษาไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อาชีพที่นักศึกษาให้ความสนใจมากที่สุดคือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.9 อันดับรองลงมาคืออาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 36.4 โดยคนส่วนใหญ่ที่เลือกอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนได้ให้เหตุผลว่า การทำงานในบริษัทเอกชนมีค่าตอบแทนที่สูง มีสวัสดิการที่ดี เป็นงานที่มีความมั่นคง และมีโอกาสเติบโตและก้าวหน้ามากกว่าทำงานในหน่วยงานราชการ ส่วนผู้ที่เลือกประกอบอาชีพรับราชการส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลว่า เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงสูง มีค่าตอบแทนที่

แน่นอน มีสวัสดิการที่ดี การเป็นข้าราชการเป็นอาชีพที่มีคนยกย่องและให้เกียรติ หรือบางคนให้เหตุผลว่าบิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในหน่วยงานราชการจึงอยากที่จะทำงานในหน่วยงานนั้นด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้แนวคิดหลักการทั่วไปของการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป และสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 214 คน โดยทำการวิจัยถึงระดับความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษารวมถึงเพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

จากผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ในด้านผู้ปกครองหรือผู้อุปการะมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา ส่วนข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาในด้านอื่นๆ เช่น ด้านเพศ สาขาวิชาที่กำลังศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม อาชีพบิดา มารดา ภูมิลาเนาที่อยู่ของนักศึกษานั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของประธาน วังษ์ใหญ่(2532) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันนั้นเป็นผลมาจาก ภูมิหลังที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา ไม่ได้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังเป็นหลัก น่าจะเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ ประกอบ

นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ในด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยนั้นมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป และสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งถ้าหากนักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย และมีความรู้สึกที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย แนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษาก็ย่อมเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ปรีชา ทิวะหุด(2541) ที่ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็น

ความโน้มเอียงที่จะกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นการปฏิบัติโดยไม่ฝักใฝ่ต่อความคิดและความรู้สึกข้างด้วย

จากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การจะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องศึกษา และค้นคว้าข้อมูลการทำธุรกิจให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยนักศึกษาส่วนใหญ่คิดว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องเชื่อมั่นในตนเอง และมีความมั่นใจต่อความรู้ความสามารถของตนเอง และหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่มีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งจะส่งผลทางด้านพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยด้วย

อนึ่งผลการวิจัยพบว่า การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมาคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความวิริยะอุตสาหะ (ขยัน หมั่นเพียร) ต้องมีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการรายย่อยต้องสามารถปรับตัวได้ดีเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีคุณสมบัติเรื่องความอดทนและอดกลั้นเป็นเลิศ และปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตนที่ดี

หากนักศึกษาไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย อาชีพที่นักศึกษาให้ความสนใจมากที่สุดคือพนักงานบริษัทเอกชน โดยให้เหตุผลว่า การทำงานในบริษัทเอกชนมีค่าตอบแทนที่สูง มีสวัสดิการที่ดี เป็นงานที่มีความมั่นคง และมีโอกาสเติบโตและก้าวหน้ามากกว่าทำงานในหน่วยงานราชการ อันดับรองลงมาคือ อาชีพรับราชการ นักศึกษาได้ให้เหตุผลว่า เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงสูง มีค่าตอบแทนที่แน่นอน มีสวัสดิการที่ดี การเป็นข้าราชการเป็นอาชีพที่มีคนยกย่องและให้เกียรติ หรือบางคนให้เหตุผลว่าบิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในหน่วยงานราชการนั้นจึงอยากที่จะทำงานในหน่วยงานนั้นด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.) จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมีความสำคัญต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ หรือนักลงทุนรุ่นใหม่ๆ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่ส่งเสริม และสนับสนุนการสร้างเสริมผู้ประกอบการรายย่อยควรให้ความสนใจด้วยการจัดอบรมหรือปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ

2.) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ควรให้ความรู้และเพิ่มพูนทางด้านทัศนคติ ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

และการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยจะต้องมีความวิริยะอุตสาหะ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

1.) การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยเพียงแค่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป และสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงทำให้ทราบความคิดเห็นเพียง 2 สาขาวิชาเท่านั้น สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษาในภาพรวมทั้งคณะวิทยาการจัดการ หรือทุกคณะวิชา ในมหาวิทยาลัยศิลปากร แล้วนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกัน และควรมีการศึกษาในงานวิจัยหัวข้อเดียวกันนี้เปรียบเทียบกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อหาความสอดคล้องและความแตกต่างของผลการวิจัย

2.) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม เกี่ยวกับตัวแปรอิสระของงานวิจัยว่านอกเหนือจากข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาและทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยแล้วยังมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นต้นว่าปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หรือปัจจัยทางด้านบริบทของสังคม ที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กิตติภูมิ มีประดิษฐ์. การบริหารความเสี่ยงภัยสำหรับธุรกิจ [Online]. Accessed 10 July 2011.
Available from <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=5667.0>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. “คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม.” 15 มิถุนายน 2529.
- จิรภา แสนเกษม. การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: พัทธกิจอักษร, 2545.
- ไชยยศ ชงภักดิ์. “การศึกษาปัจจัยที่ใช้ประกอบการเลือกอาชีพ และการเตรียมตัวของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.
- ญาณ์ญา ศิริภัทร์ธาดา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2550.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินเทอร์เน็ต ฟรันท. 2548.
- เบญจพร วชิรศรีสุนทร. “การเตรียมความพร้อมเพื่อการมีงานทำของนักศึกษาธรรมศาสตร์.” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ปรีชา ทิวะหุด. คู่มือผู้ประกอบการ. กรุงเทพมหานคร: ประชาชน, 2541.
- สุสติ รุมาคม. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2540.
- พิพัฒน์ บุญนิม. “การวางแผนเข้าสู่อาชีพของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในจังหวัดฉะเชิงเทรา.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2545.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: สุขุมวิท กกกกการพิมพ์, 2554.
- เยาวภา ศิริพันธ์พิริยะ. องค์การธุรกิจ SMEs [Online]. Accessed 17 July 2011. Available from <http://km.tup.ac.th/SMEs/learn2.html>
- เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ. “ความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน .” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 2553.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. SMEs เสาหลักอุตสาหกรรมแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2543.

ศิริพร ยาวิชัย. “ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2552.

สุทัศน์ บุญยืน. “ความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของนักเรียนนักศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2551.

สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. ปัจจัยสู่ความสำเร็จการเป็นผู้ประกอบการ SMEs [Online]. Accessed 17 July 2011. Available from <http://www.manager.co.th/SMEs/ViewNews.aspx?NewsID=9520000011977>

สุวิชาน มนแพงสานนท์. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2545.

สมสวัสดิ์ บุญทาคำ. “ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสำนักวิชาการจัดการ และสำนักวิชาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2546.

อภิชัย พันธเสน และคณะ. “การศึกษากับการมีงานทำในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในการวิจัยค้นคว้าแบบอิสระของ
การศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตและหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย
ของนักศึกษา สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป และสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือกับท่านในกรตอบแบบสอบถามที่แนบมาด้วยนี้ ซึ่ง
ประกอบด้วยแบบสอบถาม 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามที่สนคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา และคำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็น
ความลับ การวิเคราะห์ผลจะกระทำในภาพรวมเท่านั้นซึ่งจะไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อตัวท่านแต่
อย่างไรก็ดี จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วน ทุกส่วนตามความเป็นจริง
ขอขอบพระคุณที่ท่านได้สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่อง () และเติมคำในช่องว่าง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. สาขาวิชา

() การจัดการธุรกิจทั่วไป

() การตลาด

3. เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA)

() 1.50 – 2.00

() 2.01 – 2.50

() 2.51 – 3.00

() 3.01 – 3.50

() 3.51 – 4.00

4. ภูมิลำเนา

() บ้านอยู่ในชุมชน

() บ้านอยู่ห่างจากชุมชน

5. อาชีพของบิดา

() รับราชการ

() ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() ค้าขาย

() รับจ้าง

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() เกษตรกรรม

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. อาชีพของมารดา

() รับราชการ

() ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() ค้าขาย

() รับจ้าง

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() เกษตรกรรม

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ผู้ปกครอง/ผู้อุปการะ

() บิดา

() มารดา

() พี่

() ลุง

() ป้า

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| () 1,500 – 2,000 บาท | () 2,001 – 2,500 บาท |
| () 2,501 – 3,000 บาท | () 3,001 – 3,500 บาท |
| () 3,501 – 4,000 บาท | () 4,001 – 4,500 บาท |
| () 4,501 – 5,000 บาท | () 5,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของนักศึกษา

คำชี้แจง : ในการตอบแบบสอบถามนี้ ขอให้ท่านแสดงทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

2.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผู้ประกอบการรายย่อยเป็นคนที่กำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจด้วยตัวเอง					
2. การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องสามารถยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้					
3. การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีเงินเดือนหรือรายได้ที่แน่นอน แต่จะได้รับผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน					
4. ผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินงานจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการในทุกๆด้านของการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
5. การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจให้เข้าใจอย่างถ่องแท้					
6. การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ประสบความสำเร็จ จะต้องมีความคล่องตัวในการจัดการกับความเสี่ยงอย่างเหมาะสมก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการใดๆ					

2.2 ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยเป็นอาชีพที่อิสระ ไม่ต้องเป็นลูกจ้างใคร					
2. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยเป็นอาชีพที่ท้าทาย และต้องใช้ความรู้ ความสามารถมากในการบริหารจัดการ					
3. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความวิริยะอุตสาหะ และขยันทำงาน					
4. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความอดทน อดกลั้นต่ออุปสรรคต่างๆ					
5. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความกล้าเสี่ยงและกล้าตัดสินใจในการดำเนินงานต่างๆ					
6. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องกล้าที่จะแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานใหม่ๆ					
7. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมีความเป็นอิสระในการทำงานมากกว่าการทำงานในบริษัท					
8. ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องเชื่อมั่นในตนเอง และมีความมั่นใจต่อความรู้ความสามารถของตน					

2.3 ด้านพฤติกรรมต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ครอบครัวมีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ท่านสนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
2. เพื่อนมีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ท่านสนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
3. สังคม และวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ท่านสนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
4. การเห็นความสำเร็จของบุคคลต่างๆ ที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ทำให้ท่านเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
5. จากการศึกษาที่ท่านได้มีโอกาสทดลองทำงานในสถานที่ต่างๆ มีส่วนช่วยเสริมและสนับสนุนให้ท่านเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
6. จากหลักสูตรและเนื้อหาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ สามารถเสริมความรู้ความสามารถของท่านในการที่จะไปเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
7. การที่สังคมยอมรับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ทำให้ท่านสนใจเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 3 การเป็นผู้ประกอบการรายย่อย

คำชี้แจง: ในการตอบแบบสอบถามนี้ ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเป็น

ผู้ประกอบการรายย่อย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีคุณสมบัติ เรื่องความอดทน&อดกลั้นเป็นเลิศ					
2. การบริหารและการจัดการที่ดีเป็นคุณสมบัติของ ผู้ประกอบการรายย่อย					
3. ผู้ประกอบการรายย่อยต้องสามารถปรับตัวได้ดี เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป					
4. ท่านคิดว่าความเชื่อมั่น ในตนเองและกล้าที่จะ ตัดสินใจ มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
5. ความอ่อนน้อมเป็นเลิศมีผลต่อการเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย					
6. ท่านคิดว่าความวิริยะอุตสาหะ(ขยัน หมั่นเพียร) เป็นเลิศ มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
7.การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยต้องสามารถพูด โน้มน้าวให้คนอื่นคล้อยตามได้					
8. ท่านคิดว่าการยอมรับความเสี่ยง(กล้าเสี่ยง)มีผล ต่อการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
9.ผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความประหยัด มัธยัสถ์ รู้จักคุณค่าของเงินเป็นเลิศ					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10. ท่านคิดว่าความซื่อสัตย์เป็นคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย					
11. ผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์					
12. ผู้ประกอบการรายย่อยต้องมีความรับผิดชอบต่องสังคม					

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่อง () และเติมคำในช่องว่าง

หากท่านไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ท่านมีความสนใจประกอบอาชีพอะไร

() รับราชการ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เพราะเหตุใด (โปรดระบุ).....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาวลิปริหลา องอาจ
ที่อยู่	10 หมู่ 7 ตำบลสามพระยา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี 76120
วัน เดือน ปี เกิด	17 กรกฎาคม 2533
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2554	ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2554	เข้ารับการศึกษาในหน่วยงานการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จากบริษัทกรุงเทพดีผลอุตสาหกรรมการเกษตร จำกัด (มหาชน)

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาวอริษา ชัยทิพย์
ที่อยู่	57 ซอยสามัคคี 21 ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
วัน เดือน ปี เกิด	29 ธันวาคม 2532
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์ จังหวัดนนทบุรี
พ.ศ. 2554	ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2554	เข้ารับการศึกษาที่แผนกกองออกแบบและบริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรุงเทพมหานคร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี