



## รายงานการวิจัย

ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด  
กลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง  
Entrepreneurial Passion Domains Small and Medium Enterprises (SMEs):  
A Case Study of Lower Northeastern Thailand

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว



## รายงานการวิจัย

ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด  
กลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง

Entrepreneurial Passion Domains Small and Medium Enterprises (SMEs):

A Case Study of Lower Northeastern Thailand

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ผศ.ดร.อดิศักดิ์ สุวิวัฒน์

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ.2561

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

มิถุนายน 2561

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย เรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ 2560

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ที่ให้การสนับสนุนทุก ๆ ท่าน ที่ช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วง  
ไปด้วยดี

ผศ.ดร.อดิศักดิ์ สุวิทวัส

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....



## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อค้นหาตัวแปรด้านความมุ่งมั่นและความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและการคงอยู่ของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่างของประเทศไทย ตัวแปรของความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการสามารถจำแนกได้เป็น 5 ตัวแปร ดังนี้ ความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการ ความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และความกระตือรือร้นในการพัฒนา

ผลของการวิจัยพบว่า ความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการมีค่า Mean 3.47 และ S.D.=1.21 ความกระตือรือร้นในการแข่งขันมีค่า Mean 3.46 และ S.D.=1.15 ความชอบในการเป็นผู้ประกอบการมีค่า Mean 3.67 และ S.D.=1.11 ความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสมีค่า Mean 3.54 และ S.D.=1.10 ความกระตือรือร้นในการพัฒนามีค่า Mean 3.66 และ S.D.=1.10 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคงอยู่ของธุรกิจกับความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการ ( $r=0.285^{**}$ ) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคงอยู่ของธุรกิจกับความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ( $r=-0.195^{**}$ ) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคงอยู่ของธุรกิจกับความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ( $r=0.145^{**}$ ) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคงอยู่ของธุรกิจกับความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ( $r=0.141^{**}$ ) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคงอยู่ของธุรกิจกับความกระตือรือร้นในการพัฒนา ( $r=0.141^{**}$ )

ความกระตือรือร้นและการคงอยู่ของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้ ความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการ ความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และความกระตือรือร้นในการพัฒนา ผู้ประกอบการที่มีความกระตือรือร้นในการดำเนินธุรกิจจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

## ABSTRACT

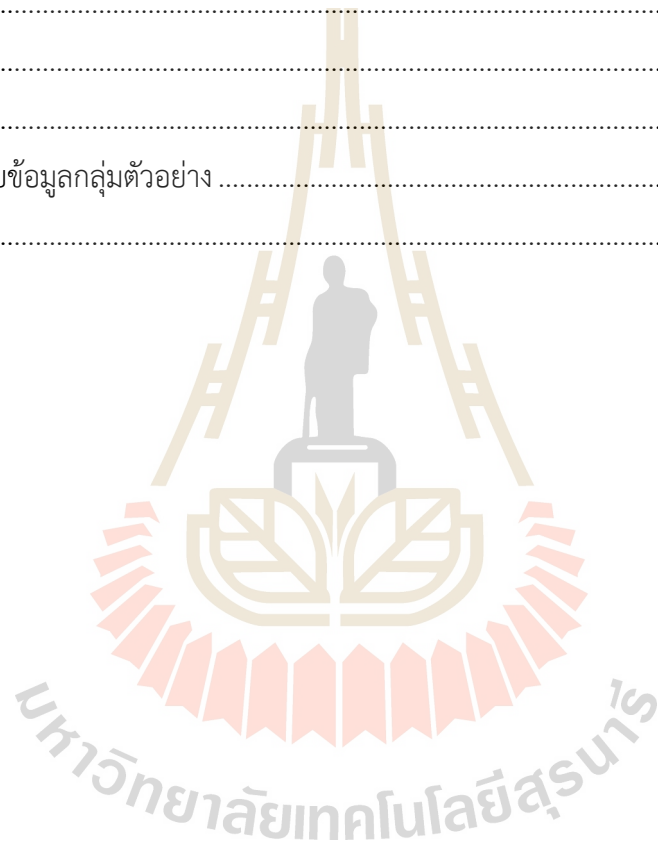
The objective of this research is; finding the entrepreneurial passion and enthusiasm variables which produces effect on enthusiasm for entrepreneurship and persistence of business for small and medium enterprises (SMEs) in Lower Northeastern Province, Thailand. The enthusiasm for entrepreneurship parameters have been identified in 5 variables; commitment to the product or service, enthusiasm for competition, passion for entrepreneurship, enthusiasm for opportunity and enthusiasm for development. This research found that enthusiasm for entrepreneurship consists of commitment to the product or service, with a mean value of 3.47 and S.D. = 1.21; enthusiasm for competition with a mean value of 3.46 and S.D= 1.15, passion for entrepreneurship with a mean value of 3.67 and S.D= 1.11, enthusiasm for opportunity with a mean value of 3.54 and S.D= 1.10 and enthusiasm for development with a mean value of 3.66 and S.D= 1.19. There is a correlation between persistence of business and, commitment to the product or service ( $r=-0.285^{**}$ ), persistence of business and enthusiasm for competition ( $r=-0.195^{**}$ ), persistence of business and passion for entrepreneurship ( $r=-0.145^{**}$ ), persistence of business and enthusiasm for opportunity ( $r=-0.141^{**}$ ) and persistence of business and enthusiasm for development ( $r=-0.141^{**}$ ) Commitment to the product or service, enthusiasm for competition, passion for entrepreneurship, enthusiasm for opportunity, and enthusiasm for development have a correlation with persistence of business. The entrepreneur who has an enthusiasm for entrepreneurship keeps a persistence of business.

## สารบัญเนื้อหา

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ .....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ค
สารบัญเนื้อหา.....	ง
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย .....	3
บทที่ 2 ปรัชญาบรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความเป็นมาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ .....	2
แหล่งที่มาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ.....	6
สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง .....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ .....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงาน.....	15
กรอบแนวความคิดของการวิจัย .....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
วิธีการวิจัย .....	6
วิธีดำเนินการวิจัย.....	6
เครื่องมือในการวิจัย.....	19
การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ .....	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	21
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ .....	19
ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ .....	29

## สารบัญเนื้อหา (ต่อ)

	หน้า
ค่าความสัมพันธ์.....	39
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	
สรุปผลการวิจัยจังหวัดนครราชสีมา.....	24
สรุปผลการวิจัยจังหวัดชัยภูมิ.....	46
สรุปผลการวิจัยจังหวัดบุรีรัมย์.....	49
สรุปผลการวิจัยเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด.....	52
บรรณานุกรม.....	56
ภาคผนวก.....	58
แบบสอบถาม.....	59
ภาพประกอบการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง.....	63
ประวัติผู้วิจัย.....	66



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ .....	1
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	19
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน.....	24
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา .....	25
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง .....	26
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ .....	27
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง .....	28
ตารางที่ 8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมา .....	29
ตารางที่ 9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิ .....	31
ตารางที่ 10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ .....	34
ตารางที่ 11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด .....	36
ตารางที่ 12	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจใน การเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา .....	39
ตารางที่ 13	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา.....	39
ตารางที่ 14	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจใน การเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ .....	40
ตารางที่ 15	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ .....	40
ตารางที่ 16	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจใน การเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์.....	41
ตารางที่ 17	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ .....	41



สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลากับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและ  
 ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด ..... 42

ตารางที่ 19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้น  
 และความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด ..... 42



## สารบัญรูปร่างภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ .....	15
ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร .....	16
ภาพที่ 3 โมเดลปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มี ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง .....	17



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2559 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รายงานว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 และการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2558 ร้อยละ 5.1 สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม และมีการขยายตัวร้อยละ 4.3 สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560). จะเห็นได้ว่าผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ

โครงสร้าง GDP ของประเทศในปี 2559 จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ พบว่าภาคบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตและภาคการค้าและการซ่อมบำรุง มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 40.4, 27.4 และ 15.4 ตามลำดับ สำหรับโครงสร้างของ GDP SME ในปี 2559 ภาคบริการยังคงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด รองลงมาได้แก่ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง และภาคการผลิต มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 40.6, 29.2 และ 23.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

ตารางที่ 1 ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ประเทศ		SME	
	สัดส่วนต่อ GDP รวม (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	สัดส่วนต่อ GDP รวม (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
ภาคการผลิต	27.4	+1.4	23.4	+2.7
ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง	15.4	+5.0	29.2	+5.0
ภาคบริการ	40.4	+4.5	40.6	+5.4
ภาคอื่นๆ	8.5	+4.2	6.8	+6.8

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560

นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิหลายๆท่านได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความกระตือรือร้นว่ามีส่วนสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ เพราะว่าความกระตือรือร้นจะสามารถเพิ่มความทุ่มเทและการยึดถือพันธสัญญาในการลงทุนและการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการยังมีผลต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อย่างเช่น พนักงานขององค์กร

มีการยอมรับว่าความกระตือรือร้นมีผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังมีคำถามอยู่ว่าจะอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นที่จะเป็นผู้ประกอบการ การทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยหลายๆแหล่งพบว่ามุ่งเน้นความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการไปที่กิจกรรมที่ผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมของผู้ประกอบการกับสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนการมาเป็นผู้ประกอบการหรือแรงกระตุ้นในการมาเป็นผู้ประกอบการ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะการไปมุ่งเน้นที่กิจกรรมของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว อาจทำให้ปัจจัยบางอย่างนอกเหนือกิจกรรมถูกละเลยไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการต่อผลของการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยสรุปได้ดังนี้

### 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

1.3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง จำนวน 335 คน ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ

### 1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปรหรือประเด็นที่ศึกษา

ตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเกี่ยวกับความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการ ความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และความกระตือรือร้นในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง

### 1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2560 – สิงหาคม พ.ศ.2561

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง นำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

### 1.4.1 ประโยชน์ทางด้านด้านเศรษฐกิจและพาณิชย์

สามารถส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการทั้งในเรื่องของขีดความสามารถของผู้ประกอบการที่กำลังดำเนินธุรกิจและผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจและส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจต่อไป

### 1.4.2 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้วิชาการด้านผู้ประกอบการที่จะสามารถทำให้เข้าใจถึงปัจจัยในการมีความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทย

### 1.4.3 ประโยชน์เชิงประยุกต์

ผลงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายหน่วยงานยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการทั้งส่วนบุคคลและที่เป็นนิติบุคคล และจะมีการเผยแพร่งานวิจัยในวารสารในระดับฐานข้อมูลนานาชาติ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ

## 1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 ความมุ่งมั่นในสินค้าหรือบริการ หมายถึง มีการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้เกิดความแตกต่างตรงกับความต้องการของลูกค้า และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ

1.5.2 ความกระตือรือร้นในการแข่งขัน หมายถึง ความขมีขมัน มีใจฝักใฝ่ หรือใส่ใจในการสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และไม่ยอมแพ้ หรือท้อแท้ ไม่ว่าจะเจอปัญหา หรือผลกระทบจากคู่แข่ง อย่างสม่ำเสมอ

1.5.3 ความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง มีใจรักในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งจะเผชิญปัญหา และแก้ไขปัญหาในทุก ๆ สถานการณ์ รวมถึงการมีความสุขในการทำธุรกิจของตนเอง

1.5.4 ความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส หมายถึง ความขมีขมัน มีใจฝักใฝ่ หรือใส่ใจในการมองหาโอกาสอยู่ตลอดเวลา อุปสรรคหรือปัญหาใด ๆ ก็ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

1.5.5 ความกระตือรือร้นในการพัฒนา หมายถึง ความขมีขมัน มีใจฝักใฝ่ หรือใส่ใจในการแสวงหา ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ เพื่อนำมาสู่การพัฒนา ให้ดียิ่งขึ้นไปอย่างสม่ำเสมอ



## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ความเป็นมาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- 2.2 แหล่งที่มาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- 2.3 สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงาน
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 ความเป็นมาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

การลงทุนทำธุรกิจของผู้ประกอบการมีผลทำให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเทคโนโลยีและทางด้านการค้า นอกจากนั้นการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการยังเป็นการส่งเสริมการลงทุนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โอกาสในการจ้างงานจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีโอกาสนำไปสู่โดยเฉพาะในบริษัทที่มีการเริ่มต้นการทำธุรกิจ (Astebro & Tag, 2017). จากสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้นทำให้ผู้ประกอบการหลายคนมีการมุ่งเน้นที่จะพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการและเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการ ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดโอกาสในการดำเนินธุรกิจอย่างมากมาจากแนวความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (Bylund & McCaffrey, 2017). ดังนั้นการศึกษาที่ทำให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความกระตือรือร้นหรือความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญ.

การดำเนินธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการมีความต้องการการสนับสนุนทางด้านของเงินลงทุนทางด้านสังคม และทางด้านทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะสิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมาแล้วนั้นจัดได้ว่าเป็นพื้นฐานของการลงทุนในการทำธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ (Renko & Freeman, 2017). ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่แล้วจะปรากฏให้เห็นตั้งแต่วัยเด็กหรือระยะเริ่มแรกของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ความสนใจอันดับแรกๆในการเป็นผู้ประกอบการจะเป็นความสนใจในด้านการมุ่งสู่ความสำเร็จและการเจริญเติบโตทางธุรกิจ (Viinikainen, et al., 2017). ผู้ประกอบการที่

มีความคิดสร้างสรรค์และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีการคำนึงถึงสังคมและมีการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมยกตัวอย่างเช่นมีกระบวนการที่นำสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดและสินค้าหรือบริการนั้นสามารถแก้ปัญหาให้กับสังคมนั้น ๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการสร้างธุรกิจใหม่ๆหรือนวัตกรรมใหม่ (Lucas & Fuller, 2017).

นักวิชาการและนักธุรกิจชั้นนำมีความเชื่อมั่นอย่างมากว่าความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญมากในการเป็นผู้ประกอบการ โดยที่ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยตรงต่อความทุ่มเทและพันธสัญญาสำหรับการลงทุนในธุรกิจ การดำรงอยู่ของธุรกิจ และความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ (Cardon & Murnieks, 2017). พวกเราทุก ๆ คนได้ให้การยอมรับว่าความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในปัจจัยของความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามพวกเขาก็ยังไม่สามารถรับรู้ได้ว่าความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการประกอบไปด้วยอะไรบ้าง.

ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการในด้านการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และความคิดสร้างสรรค์ในตัวสินค้าหรือบริการ โดยทั่วไปแล้วความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีทั้งด้านบวกและด้านลบซึ่งจะขึ้นอยู่กับกิจกรรมหรือเป้าหมายในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ (Cardon และ Kirk, 2015). นักวิชาการบางท่านได้ให้ความคิดเห็นว่าการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีจากการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจจึงเกิดการลงทุนในการทำธุรกิจใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ให้ความคิดเห็นว่าการกระตือรือร้นในการเป็นผู้ประกอบการนั้นอาจมาจากกิจกรรมหรือธุรกิจที่ผู้ประกอบการนั้นดำเนินธุรกิจอยู่แล้วค้นพบโอกาสในการทำธุรกิจใหม่ (Lucas และ Fuller, 2017).

## 2.2 แหล่งที่มาของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการสามารถจำแนกความรู้สึกได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และธุรกิจที่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจ (Cardon และ Kirk, 2015). มีทฤษฎีหลายๆทฤษฎีในปัจจุบันได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญและเห็นสมควรที่จะต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยเฉพาะในประเด็นความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการมีองค์ประกอบอะไรบ้าง มีงานวิจัยที่ยังมีความเห็นขัดแย้งกันอยู่โดยเฉพาะในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างความกระตือรือร้นในบางประเด็นกับความคงอยู่ของธุรกิจ พฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ และความอยู่รอดขององค์กร (Viinikainen, และคนอื่นๆ, 2017).

องค์ความรู้ที่มีอยู่ด้านความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีการมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับกิจกรรมหรือการดำเนินธุรกิจ แต่สิ่งเหล่านี้ก็ยังเป็นข้อจำกัดในการค้นหาแหล่งที่มาของความ



กระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพราะว่ามีนักวิชาการหลายท่านให้ความคิดเห็นว่าความกระตือรือร้นและความสนใจนั้นอาจจะมาจากความต้องการที่อยากจะลงทุนของผู้ประกอบการเอง ดังนั้นความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอาจมาจากแหล่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมหรือการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันก็ได้ (Yitshaki & Kroop, 2016).

ทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการประกอบไปด้วยทัศนคติด้านความเชื่อและการรับรู้ ทัศนคติทั้งสองทัศนคตินี้ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุนในการดำเนินธุรกิจและเป็นผลทำให้เกิดความคาดหวังจากการลงทุนและผลจากการดำเนินธุรกิจมีผลต่อผู้ประกอบการ ทัศนคติของผู้ประกอบการจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการประเมินยกตัวอย่างเช่นอารมณ์หรือความรู้สึกในขณะนั้น ในบางครั้งความกระตือรือร้นและความรู้สึกในการเป็นผู้ประกอบการอาจขึ้นอยู่กับช่วงเวลาหนึ่งๆ (Zampetakisa, Kafetsiosb, & Moustakisa, 2017)

ความกระตือรือร้นและความสนใจในการพัฒนาธุรกิจให้มีการเจริญเติบโตทั้งทางด้านการเพิ่มรายได้และการขยายฐานลูกค้าให้มีจำนวนมากขึ้นเป็นอีกหนึ่งความกระตือรือร้นของการเป็นผู้ประกอบการ ความกระตือรือร้นและความสนใจด้านการขยายฐานลูกค้าและการเติบโตในธุรกิจจะพบมากกับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานมากกว่าผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มดำเนินการธุรกิจ (Schulza, Urbiga, & Prochera, 2017). นอกจากนี้ความกระตือรือร้นและความสนใจในการแข่งขันก็เป็นอีกหนึ่งความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต้องมีความกระตือรือร้นและความสนใจในการแข่งขันที่มีทัศนคติที่มุ่งสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและมีความคิดในการดำเนินธุรกิจให้ดีที่สุด ความกระตือรือร้นและความสนใจด้านการแข่งขันนี้ส่วนใหญ่แล้วจะไม่สามารถวัดหรือสัมผัสได้แต่จะมาจากความรู้สึกข้างในของผู้ประกอบการ (Thorgren, Siren, Nordstrom, & Wincent, 2015).

### 2.3 สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง

สภาพทางเศรษฐกิจและรายได้ประชากร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่และประชากร 1 ใน 3 ของประเทศ แต่มีสัดส่วนของรายได้เป็นเพียง 1 ใน 10 ของประเทศ หรือประมาณ 11.2% เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่งผลให้เป็นภาคที่ยากจนที่สุด โดยรายได้เฉลี่ยต่อหัวเมื่อปี 2538 เพียง 24,331 บาท/คน/ปี ต่ำสุดของประเทศ และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่ากรุงเทพมหานครซึ่งมีรายได้ต่อหัว 238,849 บาท/คน/ปี ถึงประมาณ 9 เท่า

#### ด้านเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญในภูมิภาคนี้คือ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งทอ และเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่มและสิ่งทอมีแนวโน้มลดลง ขณะที่อุตสาหกรรมประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์และพลังงานทดแทนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น

โครงสร้างการค้าและการลงทุนของภาคเป็นกิจกรรมด้านพาณิชย์กรรมและบริการกระจายไปตามจังหวัดใหญ่ๆ และชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ นครราชสีมา อุบลราชธานี อุตรธานี หนองคาย และเมืองชายแดนต่างๆ ธุรกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่เข้ามาตั้งอยู่เป็นจำนวนมากขึ้นในอำเภอเมืองของจังหวัดหลักๆ เช่น หนองคาย อุตรธานี ขอนแก่น ชัยภูมิ นครราชสีมา อุบลราชธานี สกลนคร และสุรินทร์ เป็นต้น ในด้านการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น มูลค่าการค้าขยายตัวสูงตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านและการเปิดเส้นทางคมนาคมระหว่างกัน

กลุ่ม SMEs ที่มีความสำคัญในภาคการผลิต ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและเครื่องจักรกลการเกษตร อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าที่เป็นหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น ผ้าไหม ผ้าทอมือ เป็นต้น สำหรับกลุ่ม SMEs ในภาคการค้า นอกจากการค้าส่งค้าปลีกดั้งเดิมที่มีอยู่ทั่วไปในพื้นที่ต่าง ๆ กลุ่มที่มีบทบาทมากขึ้น คือ การค้าชายแดนและค้าปลีกสมัยใหม่ ทั้งนี้การประกอบกิจการของ SMEs ส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัดทั้งสิ้น และเป็นผลให้ระบบเศรษฐกิจของ SMEs ในภาคอีสานสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ จากความกลมกลืนของลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความภาคภูมิใจที่ได้ทำธุรกิจในภูมิภาคของตนเอง เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าหลายจังหวัดในภาคอีสานยังคงมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมและมีแหล่งธรรมชาติที่เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก

### ด้านสังคม

บุคลิกเฉพาะที่รักเพื่อนรักกลุ่ม สื่อสัตย์ต่อคนที่พึ่งพา กัน รวมทั้งมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ดีของคนอีสาน อีกทั้งกระแสความรักและภาคภูมิใจในท้องถิ่นที่เติบโตมาอย่างต่อเนื่อง ลักษณะเด่นเหล่านี้ทำให้คนอีสานสมัยปัจจุบันซึ่งมีการศึกษาในระดับสูงขึ้นไปได้รับการศึกษาเพิ่มเติมจากภายนอก มีความเชื่อมั่นกล้าหาญมากยิ่งขึ้นในการทำธุรกิจในภูมิภาคนี้ทั้งการสืบทอดหรือขยายธุรกิจ SMEs ที่คนรุ่นก่อนได้ริเริ่มขึ้นหรือการสร้างธุรกิจใหม่ด้วยตัวเอง ซึ่งได้ทำให้เกิดโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปจากดั้งเดิมในบางพื้นที่ เช่น มหาสารคามเคยเติบโตจากการผลิตและการค้าสินค้าเกษตร แต่ในปัจจุบันจากการที่เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาแห่งหนึ่งของภาคอีสาน ทำให้โครงสร้างผู้บริโภครีบไปสู่กลุ่มที่เป็นนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ ส่งผลให้เกิดมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก รวมถึงตลอดถึงบริการอื่น ๆ ที่รองรับความต้องการของกลุ่มนักเรียนนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ด้วย ซึ่งมีทั้งธุรกิจที่เป็นของคนในพื้นที่เองและการย้ายเข้ามาตั้งธุรกิจของคนต่างถิ่นเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

## ด้านวัฒนธรรม

ภาคอีสานยังคงมีธรรมชาติและภูมิประเทศทั้งภูเขาและแม่น้ำ โดยเฉพาะในเขตอีสานตอนบน คือ กลุ่มจังหวัดอุดรธานี ประกอบกับแม่น้ำสายต่าง ๆ ในลุ่มแม่น้ำโขง-มูล-ชี ทำให้ภูมิภาคนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม มีเอกลักษณ์ที่ดี กระแสความตื่นตัวในปัจจุบันในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่ การฟื้นฟูป่าและการทำเกษตรที่รักษาระบบนิเวศน์ให้ยั่งยืน ทำให้ธุรกิจ SMEs และวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีโอกาสเติบโต ได้แก่ 1) กลุ่มกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ 2) กลุ่มการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย สารพิษและเกษตรอินทรีย์

ภาคอีสานมีลักษณะทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างหลากหลายกันไปแต่ละจังหวัด รวมถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตสินค้าใช้สอยในครัวเรือนที่แต่เดิมเป็นการผลิตเพื่อใช้สอย แลกเปลี่ยน มอบให้ และทำบุญ เป็นต้น แต่ปัจจุบันมีการปรับตัวเป็นสินค้าเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทอผ้า ซึ่งหากมีการพัฒนาต่อยอดให้ดีขึ้นสามารถเป็นสินค้าระดับประเทศและระดับนานาชาติได้ เช่น ผ้าไหมปักธงชัยที่โคราช ผ้าไหมตุ้มทองที่บุรีรัมย์ ผ้าไหมกลุ่มแม่บ้านท่าสว่างที่สุรินทร์ ผ้าไหมชนบทที่ขอนแก่น และผ้าไหมมัดขิดบ้านนาข่าที่อุดรธานี เป็นต้น

### ด้านการท่องเที่ยว

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือเป็นแหล่งอารยธรรมและโบราณสถานเก่าแก่ของโลกที่สำคัญได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา และแหล่งฟอสซิลไดโนเสาร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ด้านยุคก่อนประวัติศาสตร์ด้านเขตอีสานกลางที่อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น และอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอีกจำนวนมาก เช่น อุทยานแห่งชาติภูกระดึง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง จังหวัดเลย เป็นต้น

### ด้านการคมนาคมขนส่ง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการพัฒนาโครงข่ายบริการพื้นฐานค่อนข้างดี มีทางหลวงแผ่นดินเป็นระยะทาง 15,279 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 30 ของทั้งประเทศมีทางรถไฟเป็นระยะทาง 1,199 กิโลเมตร มีสนามบิน 8 แห่ง ที่สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัด อำเภอ และภาคอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี และสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกด้านจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับโครงข่ายถนนของประเทศลาว ด้านจังหวัดหนองคาย ได้ทั้งทางถนนและทางรถไฟ ประเทศเวียดนามตามถนนสายมุกดาหาร-สะหวันนะเขต-ดานัง และสายนครพนม-ท่าแขก-วินห์

## ด้านบริการสาธารณสุข

มีการพัฒนาขึ้นและกระจายไปเกือบครบถ้วนทั้งระดับจังหวัด อำเภอและตำบล โดยมีศูนย์การแพทย์ระดับภูมิภาคที่โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และโรงพยาบาลศูนย์ขนาดใหญ่ในเมืองหลักที่จังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี และอุดรธานี รวมถึงหน่วยงานสาธารณสุขอื่น ๆ กระจายอยู่ในท้องที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในบางจังหวัด เช่น ขอนแก่น นครราชสีมา อุดรธานี และอุบลราชธานี

## ด้านการศึกษา

การขยายโอกาสการศึกษาแก่ประชาชนในชนบทของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างกว้างขวาง ทำให้มีอัตราการเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาสูงขึ้นเป็นร้อยละ 80 แต่ยังมีน้อยเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น เนื่องจากปัญหาความยากจนและการอพยพไปขายแรงงานในเมืองใหญ่ ระดับอุดมศึกษา มีการกระจายโอกาสการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ทั้งสถาบันของรัฐและเอกชน รวม 19 แห่ง และกำลังพิจารณาจัดตั้งวิทยาเขตเพิ่มเติมในจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่จังหวัดสกลนคร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่จังหวัดหนองคาย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ ที่จังหวัดสุรินทร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง ที่จังหวัดบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่จังหวัดอำนาจเจริญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่จังหวัดอุดรธานี และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่จังหวัดนครพนม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ตลอดจนสถาบันราชภัฏที่กระจายอยู่ในหลายจังหวัด ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทรัพยากรธรณีที่สำคัญและมีศักยภาพในการพัฒนาสูง 2 ชนิด คือ เหล็กหินและก๊าซธรรมชาติ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านทรัพยากรดิน ซึ่งมีปัญหาเรื่องดินเค็มไม่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกถึงประมาณ 17.8 ล้านไร่ มีการชะล้างพังทลายของดินในอัตราสูง มีการสูญเสียธาตุอาหารมาก ดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ ทรัพยากรน้ำ แม้ปริมาณฝนเฉลี่ยประมาณ 1,310 มิลลิเมตรต่อปี ไม่ต่างจากภาคอื่นมากแต่ดินไม่ดูดซับน้ำ ทำให้ไม่มีแหล่งน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืชทั้งปี ป่าไม้ถูกทำลายลงในช่วง 20 ปี ที่ผ่านมามีป่าประมาณ 5 แสนไร่ เหลือเพียงประมาณร้อยละ 14 ของพื้นที่ทั้งภาค นอกจากนี้ปัจจุบันเมืองใหญ่ต่าง ๆ เริ่มประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาการขาดแคลนบริการพื้นฐาน เช่น ระบบกำจัดขยะ ระบบระบายน้ำ การควบคุมดูแลรักษามลภาวะ ปัญหาชุมชนแออัด และปัญหาการจราจรในเมืองใหญ่บางแห่ง เช่น ในเทศบาลนครนครราชสีมาและเทศบาลนครขอนแก่น และมีปัญหาการขยายตัวของเขตเมืองอย่างไม่เป็นระบบ เข้าสู่พื้นที่เกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากขาดการกำหนดทิศทางการขยายตัวของเมือง และมาตรการบังคับด้านผังเมืองที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

## ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (กลุ่มที่ 1) ประกอบไปด้วยจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ และบุรีรัมย์ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของพื้นที่ คือ เปิดประตูของภาคอีสานสู่สากล ในปี 2548

มีจำนวน SMEs รวม 175,790 ราย ซึ่งสูงที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งเป็นภาคการผลิต 69,213 ราย โดยเพิ่มขึ้นจาก ปี 2547 จำนวน 593 ราย หรือร้อยละ 39.4 ภาคการค้าปลีก 53,875 ราย หรือร้อยละ 30.6 ภาคบริการ 30,965 ราย หรือร้อยละ 17.6 และภาคการค้าส่ง 8,410 ราย หรือร้อยละ 4.8 (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2548)

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้นำเสนอความหมายและความสำคัญของแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้มีนักวิชาการทำการวัดทั้งใน 4 มิติ กฤษกร จิรภาณุเมศ สมนึกเอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ พนิดา แซ่มข้าง 2554 และ Wang (2008) และ 5 มิติ Li, Huang, & Tsai (2009); Muchiri (2013) จากแนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการดังกล่าว ได้มีนักวิชาการให้ความเห็นเกี่ยวกับ ลักษณะที่แสดงถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการดังนี้

กฤษกร จิรภาณุเมศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ พนิดา แซ่มข้าง (2554) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 4 มิติ 1 ความเป็นอิสระ (Autonoma) เป็นการให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงาน ในการสร้างความคิดและวิสัยทัศน์เพื่อนำไปปฏิบัติ 2 ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) เป็นระดับที่ผู้บริหารตั้งใจที่จะทำในสิ่งสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทรัพย์สิน โดยกิจกรรมการบริหารมีความเสี่ยง 3 การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) เป็นกระบวนการที่มุ่งหวังเพื่อแสวงหาโอกาสที่เกี่ยวกับการดำเนินงานในปัจจุบัน การริเริ่มผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ๆ และ 4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ การตอบสนองขององค์กรโดยใช้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อผลที่ดีกว่าคู่แข่ง เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการ การเพิ่มคุณภาพการตัดราคา เป็นต้น

Wang (2008) อธิบายว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 4 มิติคือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรม คือ เป็นความโน้มเอียงขององค์กรที่จะสนับสนุนให้เกิดแนวคิดใหม่ ทดลองและสร้างกระบวนการเพื่อให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ๆ 2) ความกล้าเสี่ยง risk taking คือ ความโน้มเอียงที่จะกล้าเสี่ยงในการดำเนินโครงการเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายขององค์กร 3) การดำเนินงานเชิงรุก คือการมุ่งไปสู่ผู้นำในการพัฒนาสินค้าใหม่และผู้นำด้านเทคโนโลยี 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ เป็นการสร้างกระบวนการที่จะเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

Li, Huang, & Tsai (2009) อธิบายการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 5 มิติ คือ 1)ความสามารถทางนวัตกรรม แสดงถึงความโน้มเอียงที่จะสนับสนุนหรือสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวอยู่บนฐานของความรู้และทักษะที่มีอยู่ในองค์กร 2)ความกล้าเสี่ยง risk taking เป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่า 3)การดำเนินงานเชิงรุกเป็นการตอบสนอง

ที่จะสร้างโอกาสใหม่ๆให้กับองค์กร 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน เกี่ยวกับความปรารถนาจะเผชิญการแข่งขันกับคู่แข่ง 5) ความเป็นอิสระ autonomy เป็นความสามารถและความปรารถนา ที่จะกำหนดทิศทางการทำงานให้สอดคล้องกับโอกาสทางการตลาด ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

Muchiri (2013) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 5 มิติ คือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรม เป็นความโน้มเอียงที่จะผลิตหรือทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยผ่านการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ภายใต้เทคโนโลยีหรือกระบวนการใหม่ 2) ความกล้าเสี่ยง risk taking เป็นการอธิบายถึงความสามารถขององค์กรในการดำเนินงาน โดยผ่านการกล้าเสี่ยงในสิ่งที่ตนเองไม่รู้ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน 3) การดำเนินงานเชิงรุก เป็นการดำเนินงานที่มุ่งสร้างโอกาสหรือมุ่งไปข้างหน้า เพื่อให้สินค้าและบริการใหม่สามารถแข่งขันในตลาดและสอดคล้องกับความต้องการในอนาคต 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน เป็นลักษณะขององค์กรที่จะป้องกัน หรือตอบสนองต่อสิ่งที่เป็อุปสรรคในการแข่งขัน 5) ความเป็นอิสระ autonomy เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้นำหรือทีมในการนำสิ่งใหม่ๆมาใช้ในองค์กร

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจะมีแนวคิดเกี่ยวกับการวัดที่คล้ายคลึงกันคือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรม คือ แนวคิดใหม่ที่แตกต่าง เพื่อสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ภายใต้เทคโนโลยีหรือกระบวนการใหม่ 2) ความกล้าเสี่ยง คือการนำทรัพยากรที่มีอยู่ มาสร้างโอกาสจากทรัพยากร เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆหรือภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน 3) การดำเนินงานเชิงรุก คือ กระบวนการที่จะเข้าสู่ตลาดใหม่ที่เผชิญการแข่งขันโดยป้องกันหรือตอบสนองเพื่อให้ได้ผลที่ดีกว่าคู่แข่ง 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ การดำเนินการที่มุ่งเน้นความเสี่ยงสำหรับสร้างโอกาสใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาและการแข่งขันได้ และ 5) ความเป็นอิสระ คือ การให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงานในการทำสิ่งใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร ให้สอดคล้องกับโอกาสทางการตลาด ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการคือ การมุ่งเน้นที่จะใช้ความรู้ ทักษะ ของบุคลากรหรือทีมงาน โดยให้ความเป็นอิสระในการทำงาน เพื่อให้เกิดแนวคิดหรือกระบวนการใหม่ ในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้อง กับความต้องการของตลาด สำหรับไปสร้างโอกาสทางธุรกิจ และมีโอกาสเหนือคู่แข่ง โดยผู้วิจัยวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 5 มิติโดยมีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Lee & Peterson (2000)

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยสรุปใจความสำคัญดังนี้

กฤศกร จิรภาณุมเศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ พนิดา แซ่มข้าง (2554) ได้ทำวิจัยเรื่องผลของการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการของกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานการศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ค้นพบว่าการมุ่งเน้นความเป็น

ผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน ล้วนมีนัยยะสำคัญทางสถิติ มิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก เท่านั้นที่ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ ส่วนแบบจำลองโครงสร้างเชิงเส้นที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร (INNO) มากที่สุด คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงเพียงอย่างเดียวและมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.25 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยผลการดำเนินงานขององค์กร (PERF) มากที่สุดคือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) มีค่าเท่ากับสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม เท่ากับ 0.77 เป็นอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.68 และอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.09 ซึ่งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใช้ในการอธิบายความสามารถของผู้บริหารเนื่องจากความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรม ด้วยผู้ประกอบการสามารถนำความคิดใหม่ๆมาสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ สามารถบริหารความเสี่ยงเพื่อผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร

Laurent Josien (2012) ได้ทำวิจัยเรื่อง Entrepreneurial orientation : an empirical study of the risk-propensity dimension of entrepreneurs และค้นพบว่า ความสัมพันธ์ระดับความกล้าเสี่ยงและความเป็นผู้ประกอบการ โดยเก็บข้อมูลจาก 103 ราย ซึ่ง 8 รายเป็นผู้ประกอบการรายย่อย คิดเป็นร้อยละ 7.77 ของผู้ตอบแบบสอบถาม อีก 7 รายเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 6.80 และ 88 รายเป็นผู้ประกอบการคิดเป็นร้อยละ 85.44 พบว่าความกล้าเสี่ยงและความมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติแต่ความกล้าเสี่ยงไม่สัมพันธ์กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ความกล้าเสี่ยงและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

Thorsten Semrau a, Tina Ambos b, Sascha Kraus (2016) ได้ทำวิจัยเรื่อง Entrepreneurial orientation and SME performance across societal cultures: An International Study และค้นพบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของ SMEs มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยยะสำคัญและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานในระดับประเทศมีความแปรปรวนอย่างมีนัยยะสำคัญ

Peng Shan a, Michael Song b, Xiaofeng Jua (2016) ได้ทำวิจัยเรื่อง Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? และค้นพบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อธิบายว่า ผู้ประกอบการรายใหม่จะดำเนินการผ่านลักษณะสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม ความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และ

ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และกิจกรรมใหม่ที่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมากจะดำเนินการดีกว่ากิจการที่ไม่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Hult, Snow & Kandemir, 2003)

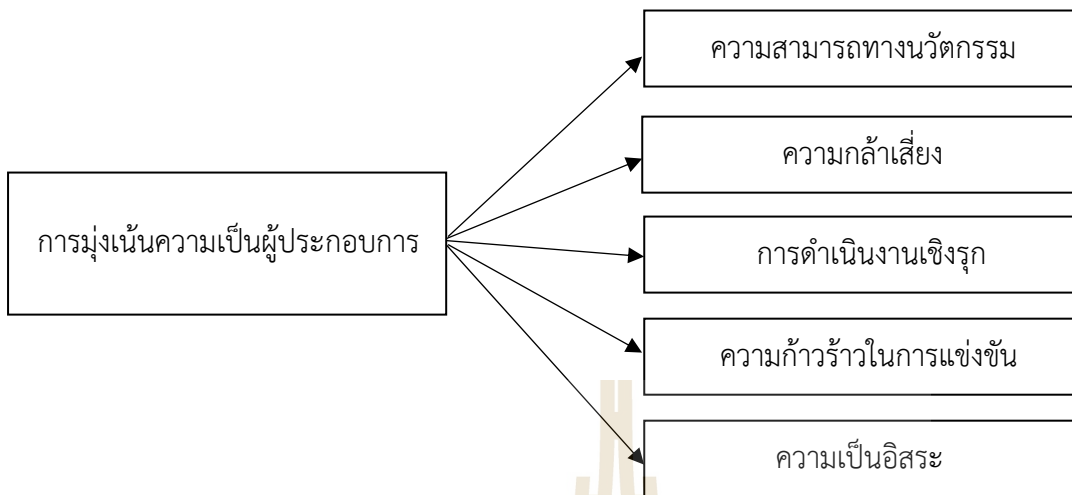
Cemal Zehira, Esin Canb, Tugba Karabogac. (2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง Linking Entrepreneurial orientation to Firm Performance: the role of differentiation strategy and innovation Performance พบว่า ตัวแปรของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ และ Webb (2007) อธิบายว่า กิจกรรมของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมีนวัตกรรมขององค์กร

ปรารธนา หลีกภัย (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้จึงประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การแบ่งปันวิสัยทัศน์ (shared Vision) ความใจกว้าง (Open-Mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Intra-Organizational knowledge Sharing) ตัวแปรมุ่งเน้นการตลาดจึงประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (customer orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (competitor orientation) การประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination) และ Frese (2000) ได้เสนอการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ ความเป็นตัวของตัวเอง autonomy orientation ความสามารถทางนวัตกรรม Innovation orientation ความกล้าเสี่ยง risk taking orientation ความก้าวร้าวในการแข่งขัน competitive aggressiveness orientation ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (stability and Learning orientation) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) ส่วนความสามารถทางนวัตกรรม (North and Smallbone, 2000) จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมเป็น 4 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด (market innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) ได้พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ของธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย

สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีลักษณะสำคัญคือ ความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ ความกล้าเสี่ยงและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อีกครั้ง ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจ



ดังนั้นความสามารถของผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรม และกิจกรรมของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมีนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งสามารถแสดงนิทรรศการวัดวัดดังภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ที่มา : Lee&Peterson (2000)

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงาน

Ireland and Webb (2007) อธิบายว่า กิจกรรมของการเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อนวัตกรรมขององค์กร ดังนั้น สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรงบริษัทต้องการการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคลหรือระดับกลุ่ม เพื่อที่จะสร้างหรือคิดค้นสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ภาพลักษณ์และกระบวนการที่แตกต่าง ซึ่งยากต่อการเรียนแบบจากคู่แข่ง (Lumpkin and Dess (2001), Hughes and Morgan (2007) and Ireland et al.(2005) )

Peng Shan a, Michael Song b, Xiaofeng Jua (2016) ได้ทำวิจัยเรื่อง Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? และค้นพบว่า การนำนวัตกรรมไปใช้ให้เร็วขึ้นนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ทำหายในมุมมองแบบเก่า พบว่าการเพิ่มขึ้นของนวัตกรรม นวัตกรรมที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งการดำเนินการเชิงรุกจะมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างรวดเร็วโดยมีการศึกษาจำนวนน้อยเกี่ยวกับผลกระทบภายใน เกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรมของกิจการใหม่ต่อความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของความเร็วทางนวัตกรรมมีผลความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานหรือไม่ และไม่มีการศึกษาความเป็นอิสระและความก้าวร้าวในการแข่งขัน

Murat Atalaya, Nitigun Anafarta, Fulya Sarvanc (2013) ได้ทำวิจัยเรื่อง The relationship Between innovation and firm Performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry และค้นพบว่าผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นแนวคิดที่มีหลายมิติ (Murphy et al., 1996) ได้แบ่งตัวชี้วัด ได้แก่ การผลิต การเงิน หรือการตลาด (Sohn et al.,2007) หรือเกี่ยวกับการเติบโตและผลกำไร (Wolff and Pett, 2006) และ (Calantone et al.,2002) ได้พัฒนากรอบแนวคิดเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กร ในอุตสาหกรรมบริการและการผลิต ซึ่งพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

Rau'l Armando Cardona Montoya, Izaias Martins, Hermilson Vela'squez. Ceballos (2017) ได้ทำวิจัยเรื่อง Entrepreneurial orientation and Management of projects and impact in corporate และค้นพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นผู้ประกอบการเข้มข้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.675 และมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $p < 0.1$ ) จึงกล่าวได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้สูงสุด

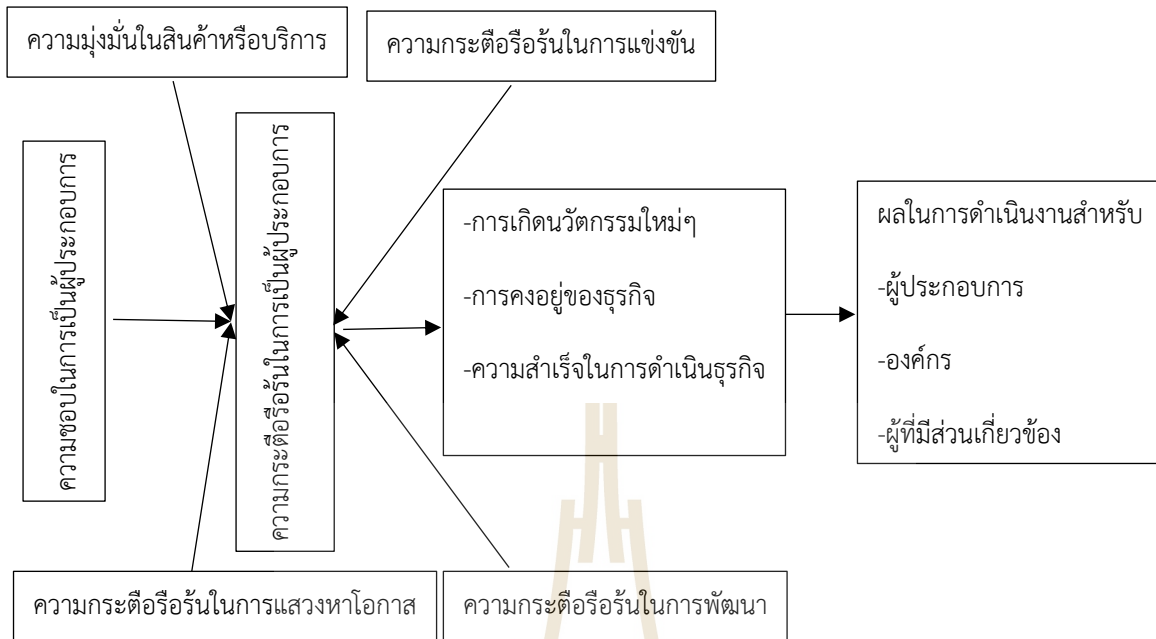
ฉันทันท์ บุญอยู่ นิภา รุ่งเรืองวุฒิไกร มนต์รี พิริยะกุล และนภาพร ชันธนภา (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลชั้นกลางแบบอนุกรมของทุนภูมิปัญญาและการเป็นผู้ประกอบการในการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรสู่ผลการดำเนินงาน สำหรับอุตสาหกรรมต่อตัวถังรถโดยสาร และค้นพบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร การเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

สรุปได้ว่าองค์กรธุรกิจที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่คิดค้นสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ มีการดำเนินงานเชิงรุกจะมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างรวดเร็วซึ่งความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอีกทั้งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังภาพ ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

2.7 กรอบแนวความคิดของการวิจัย



ภาพที่ 3 โมเดลปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากภาพที่ 3 อธิบายสัญลักษณ์ได้ว่า



ตัน → ตาม

ตัน → คั่นกลาง → ตาม

หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable)

หมายถึง ตัวแปรต้นมีผลโดยตรงต่อตัวแปรตาม (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)

หมายถึง ตัวแปรต้นมีผลทางอ้อมต่อตัวแปรตาม (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง มีวิธีในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 วิธีกรวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยจะทำการศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ ทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
3. สร้างกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ในการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล
8. สรุปผลงานวิจัย
9. นำเสนอเผยแพร่ในวารสารในฐานระดับนานาชาติ

#### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

##### 3.2.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประกอบกิจการการผลิต กิจการค้าปลีก และกิจการบริการ จำนวน 335 คน โดยจะทำการศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ

### 3.2.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

วิธีสุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประกอบกิจการการผลิต กิจการค้าปลีก และกิจการบริการ เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่ดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ประกอบไปด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ

### 3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัยเป็นพื้นที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง คือ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ

## 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-report questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ ได้แก่ เพศ ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนแรงงานในการดำเนินงาน ประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งสิ้น 6 ข้อคำถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended) แบบเลือกตอบ (Checklist) โดยวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการวัดมุ่งเน้น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ 2) ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน 3) ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ 4) ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส 5) ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended) ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเคิร์ตสเกลซึ่งแสดงถึงระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการกำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนชั้นตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตภาคชั้น (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2555) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนช่วงชั้น} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การกำหนดเกณฑ์ดังกล่าวได้ความกว้างของชั้นเท่ากับ 0.8 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นในการอธิบายความหมายของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงคะแนนดังนี้

ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามที่เป็นแบบเปิด (Open-ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัยอย่างเป็นอิสระ

### 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีขั้นตอนในการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม ดังนี้

1. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดแบบจำลองสมการโครงสร้างสำหรับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ ของกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกรอบในการพัฒนาเครื่องมือในแบบสอบถาม
2. สุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง จากนั้นสร้างแบบสอบถามตามกรอบและขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ โดยมีแนวทางการตั้งคำถามตามที่ได้สรุป
3. พัฒนาแบบสอบถาม โดยการอ้างอิงข้อคำถามที่ใช้อธิบายตัวแปรจากงานวิจัยที่เคยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อคำถามดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือ

และวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งได้เรียบเรียงตามลักษณะคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย

4. นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับผู้มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งการกำหนดเกณฑ์จากค่า Alpha ของ Cronbach (Cronbach' alpha coefficient) ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.7 ขึ้นไป (Jump, 1998)

5. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Sources) ดังต่อไปนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน 1) ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ 2) ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน 3) ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ 4) ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส 5) ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสัมมนาวิชาการ บทความ รายงานการวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง

3.5.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่เป้าหมาย รวมทั้งสิ้น 335 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประกอบกิจการการผลิต กิจการค้าปลีก และกิจการบริการ ในจังหวัดนครราชสีมา 107 คน จังหวัดบุรีรัมย์ 116 คน และจังหวัดชัยภูมิ 112 คน จำนวนรวมเท่ากับ 335 คน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากร เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง เรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยายเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.6.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3.6.3 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient)





## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดชัยภูมิ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในแต่ละชุดข้อมูลจะสามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

#### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

เพศ	นครราชสีมา		ชัยภูมิ		บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	35	32.7	40	35.7	37	31.9	112	33.4
หญิง	72	67.3	72	64.3	79	68.1	223	66.6
รวม	107	100	112	100	116	100	335	100

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

จากตารางที่ 2 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 และเพศชายจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7
2. กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7
3. กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และเพศชายจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9

ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 และเพศชายจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	นครราชสีมา		ชัยภูมิ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	8	7.5	9	8.0
ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย	7	6.5	3	2.7
ประธานกรรมการ	1	0.9	91	81.3
เจ้าของกิจการ	86	80.4	9	8.0
ลูกจ้าง	5	4.7	9	8.0
นักเรียน นักศึกษา	8	7.5	3	2.7
รวม	107	100	112	100
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	7	6.0	24	7.2
ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย	3	2.6	13	3.9
ประธานกรรมการ	2	1.7	3	0.9
เจ้าของกิจการ	99	85.3	276	82.4
ลูกจ้าง	4	3.4	18	5.4
นักเรียน นักศึกษา	1	0.9	1	0.3
รวม	116	100	335	100

จากตารางที่ 3 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งเจ้าของกิจการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือผู้จัดการทั่วไปและนักเรียน นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาคือผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ถัดมาคือลูกจ้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และลำดับสุดท้ายคือประธานกรรมการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
2. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งประธานกรรมการ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือเจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป และลูกจ้าง ซึ่งแต่ละตำแหน่งมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และสุดท้ายคือนักเรียน นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7
3. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งเจ้าของกิจการ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือผู้จัดการทั่วไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ลูกจ้าง จำนวน 4 คน คิดเป็น

ร้อยละ 3.4 ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 3 คน ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย 2.6 ประธานกรรมการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งเจ้าของกิจการ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ลูกจ้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	นครราชสีมา		ชัยภูมิ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	46.7	70	62.5
ปริญญาตรี	51	47.7	38	33.9
สูงกว่าปริญญาตรี	6	5.6	4	3.6
รวม	107	100	112	100
ระดับการศึกษา	บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	60.3	190	56.7
ปริญญาตรี	41	35.3	130	38.8
สูงกว่าปริญญาตรี	5	4.3	15	4.5
รวม	116	100	335	100

จากตารางที่ 4 พบว่า

1. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6
2. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6
3. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ดังนั้นสรุปได้ว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนแรงงาน	นครราชสีมา		ชัยภูมิ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 คน	101	94.4	104	92.9
10-50 คน	5	4.7	7	6.3
51-100 คน	1	0.9	1	0.9
รวม	107	100	112	100
จำนวนแรงงาน	บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 คน	112	96.6	317	94.6
10-50 คน	4	3.4	16	4.8
51-100 คน	0	0	2	0.6
รวม	116	100	335	100

จากตารางที่ 5 พบว่า

1. กิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือขนาด 10-50 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
2. กิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
3. กิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 96.6 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ดังนั้นสรุปได้ว่ากิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 94.6 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ

ประเภทของวิสาหกิจ	นครราชสีมา		ชัยภูมิ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า	18	16.8	13	11.6
ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง	58	54.2	75	67.0
ดำเนินธุรกิจบริการ	30	28.0	23	20.5
อื่น ๆ	1	0.9	1	0.9
รวม	107	100	112	100
ประเภทของวิสาหกิจ	บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า	18	15.5	49	14.6
ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง	77	66.4	210	62.7
ดำเนินธุรกิจบริการ	21	18.1	74	22.1
อื่น ๆ	0	0	2	0.6
รวม	116	100	335	100

จากตารางที่ 6 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจบริการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
2. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจบริการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
3. กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจบริการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกและส่งมากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตสินค้า จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	นครราชสีมา		ชัยภูมิ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	40	37.4	37	33.0
5-10 ปี	23	21.5	24	21.4
11-15 ปี	10	9.3	20	17.9
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	34	31.8	31	27.7
รวม	107	100	112	100
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	บุรีรัมย์		3 จังหวัด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	40	34.5	117	34.9
5-10 ปี	21	18.1	68	20.3
11-15 ปี	11	9.5	41	12.2
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	44	37.9	109	32.5
รวม	116	100	335	100

จากตารางที่ 7 พบว่า

1. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา ต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา ต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจได้เป็นระยะเวลาไม่ถึง 5 ปี เป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 32.5 ถัดมาคือ 5-10 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และ 11-15 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

#### 4.2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมา

(n=107)

ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ในช่วงเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่	3.21	1.16	ปานกลาง
ท่านให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง	3.78	1.16	มาก
การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการท่านคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ	4.14	1.09	มาก
ท่านมีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า	3.07	1.53	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.55</b>	<b>0.97</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน	Mean	S.D.	แปลค่า
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย	3.06	1.32	ปานกลาง
การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ของท่าน	3.22	1.16	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ	3.43	1.20	มาก
ท่านให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก	3.74	1.22	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.36</b>	<b>0.81</b>	<b>ปานกลาง</b>
ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ	3.79	1.07	มาก
ท่านเป็นคนที่มักคลุกชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ	3.98	1.05	มาก
ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน	3.11	1.19	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ	3.66	1.07	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.64</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	4.04	0.94	มาก
สถานประกอบการของท่านจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ	3.30	1.13	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านจะมีการปรับรูปแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	3.51	1.10	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำเลตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.33	1.17	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.54</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.46	1.26	มาก
สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.98	0.97	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก	3.30	1.56	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง	3.84	1.08	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.64</b>	<b>0.92</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมา เป็นดังนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ถัดมาคือ ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการของผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ อยู่ในระยะเวลา 1-3 ปี ที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมา คือ มีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ

2. ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.22 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ



3. ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ท่านเป็นคนที่มีความชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ถัดมาคือ ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาคือ สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.66 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ

4. ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.04 ถัดมาคือ สถานประกอบการจะมีการปรับรูปแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ สถานประกอบการจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

5. ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.98 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ สถานประกอบการมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิ

(n=112)

ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ในช่วงเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่	3.01	1.30	ปานกลาง
ท่านให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง	3.47	1.17	มาก
การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการท่านคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ	4.17	1.06	มาก
ท่านมีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า	2.92	1.53	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.39</b>	<b>0.93</b>	<b>ปานกลาง</b>

ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน	Mean	S.D.	แปลค่า
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย	3.42	1.18	มาก
การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ของท่าน	3.33	1.14	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ	3.55	0.99	มาก
ท่านให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก	3.87	1.14	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.54</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ	3.57	1.24	มาก
ท่านเป็นคนที่มักคลุกชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ	3.96	1.02	มาก
ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน	3.25	1.13	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ	3.67	1.13	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.61</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.80	1.13	มาก
สถานประกอบการของท่านจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ	3.32	1.17	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านจะมีการปรับรูปแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	3.63	1.11	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.34	1.17	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.52</b>	<b>0.92</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.39	1.21	ปานกลาง
สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.86	1.06	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก	3.24	1.54	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง	3.78	1.09	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.57</b>	<b>0.89</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิ เป็นดังนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ถัดมาคือ ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.47 และ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการของผู้ประกอบการมี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ อยู่ในเวลา 1-3 ปี ที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 3.01 รองลงมา คือ มีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

2. ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.42 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

3. ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ท่านเป็นคนที่มักคลุกชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ถัดมาคือ สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.57 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

4. ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ถัดมาคือ สถานประกอบการจะมีการปรับรูปแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือ สถานประกอบการจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

5. ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.78 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือ สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์

(n=116)

ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ในช่วงเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่	3.21	1.21	ปานกลาง
ท่านให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง	3.66	1.10	มาก
การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการท่านคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ	4.42	0.77	มากที่สุด
ท่านมีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า	2.72	1.50	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.50</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน	Mean	S.D.	แปลค่า
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย	3.27	1.22	ปานกลาง
การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ของท่าน	3.13	1.15	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ	3.59	1.00	มาก
ท่านให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก	4.02	1.13	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.50</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ	3.78	1.21	มาก
ท่านเป็นคนที่มีความชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ	4.19	0.92	มาก
ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน	3.28	1.20	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ	3.84	1.17	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.78</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.99	0.96	มาก
สถานประกอบการของท่านจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ	3.15	1.20	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านจะมีการปรับปรุงแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	3.63	1.08	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.56	1.11	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.58</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.46	1.29	มาก
สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.00	0.99	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก	3.72	1.34	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง	3.94	0.96	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.78</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นดังนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.42 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.66 และ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการของผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ อยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี ที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมา คือ มีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.72 ตามลำดับ

2. ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมาคือ การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

3. ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ท่านเป็นคนที่มีความสุขชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ถัดมาคือ สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.28 ตามลำดับ

4. ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ถัดมาคือ สถานประกอบการจะมีการปรับปรุงแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.63 คือ รองลงมาคือ สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.56 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ สถานประกอบการจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

5. ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.72 และ สถานประกอบการมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด

(n=335)

ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ในช่วงเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่	3.14	1.22	ปานกลาง
ท่านให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง	3.63	1.14	มาก
การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการท่านคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ	4.25	0.98	มากที่สุด
ท่านมีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า	2.90	1.52	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.48</b>	<b>0.91</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน	Mean	S.D.	แปลค่า
ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย	3.25	1.24	ปานกลาง
การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ของท่าน	3.23	1.15	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ	3.53	1.07	มาก
ท่านให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก	3.88	1.16	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.47</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ	Mean	S.D.	แปลค่า
ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ	3.71	1.18	มาก
ท่านเป็นคนที่มีความคลุกคลีชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ	4.04	1.00	มาก
ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน	3.22	1.17	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ	3.73	1.12	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.68</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>

ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.94	1.01	มาก
สถานประกอบการของท่านจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ	3.25	1.17	ปานกลาง
สถานประกอบการของท่านจะมีการปรับปรุงแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	3.59	1.09	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.41	1.15	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.55</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>
ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา	Mean	S.D.	แปลค่า
สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.44	1.25	มาก
สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.95	1.00	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก	3.43	1.49	มาก
สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง	3.85	1.04	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.67</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด เป็นดังนี้

- ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สถานประกอบการของผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ อยู่ในช่วงเวลา 1-3 ปี ที่ผ่านมามีค่าเฉลี่ย 3.14 รองลงมา คือ มีการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ
- ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.53 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมาคือ การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

3. ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ ท่านเป็นคนที่มีความคล่องตัวพบปะบุคคลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.04 ถัดมาคือ สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.71 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

4. ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ถัดมาคือ สถานประกอบการจะมีการปรับปรุงแบบในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ สถานประกอบการจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

5. ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 ในรายละเอียดด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยสูงที่สุดคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.95 ถัดมาคือ สถานประกอบการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาคือ สถานประกอบการมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.44 และ สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ



#### 4.3 ค่าความสัมพันธ์

ตารางที่ 12 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	-.329**	-.290**	-.366**	-.264**	-.180
Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.006	.064
N	107	107	107	107	107

\*\* ความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 12 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ และด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.01 (Sig.<0.05) แต่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมาไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

ตารางที่ 13 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา

ประเภทของวิสาหกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	-.020	.049	-.028	-.024	.041
Sig. (2-tailed)	.840	.614	.775	.809	.677
N	107	107	107	107	107

จากตารางที่ 13 พบว่า ประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

ตารางที่ 14 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	-.245**	-.075	-.033	-.032	-.082
Sig. (2-tailed)	.009	.433	.727	.735	.390
N	112	112	112	112	112

\*\* ความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 14 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.01 (Sig.<0.05) แต่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

ตารางที่ 15 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ

ประเภทของวิสาหกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	.152	.103	.003	.029	-.014
Sig. (2-tailed)	.110	.278	.977	.764	.885
N	112	112	112	112	112

จากตารางที่ 15 พบว่า ประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

ตารางที่ 16 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	-.285**	-.232*	-.072	-.147	-.174
Sig. (2-tailed)	.002	.012	.446	.114	.061
N	116	116	116	116	116

\*\* ความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 16 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.01 (Sig.<0.05) และด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

ตารางที่ 17 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์

ประเภทของวิสาหกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	.166	.141	.022	.089	.020
Sig. (2-tailed)	.076	.131	.814	.341	.828
N	116	116	116	116	116

จากตารางที่ 17 พบว่า ประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	-.285**	-.195**	-.145**	-.141**	-.141**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.010	.010
N	335	335	335	335	335

\*\* ความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน คือด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (Sig.<0.05)

ตารางที่ 19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวิสาหกิจกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด

ประเภทของวิสาหกิจ	ด้านความ มุ่งมั่นในสินค้า และบริการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแข่งขัน	ด้านความ ชอบในการเป็น ผู้ประกอบการ	ด้านความ กระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาส	ด้านความ กระตือรือร้นใน การพัฒนา
Pearson Correlation	.090	.091	-.008	.029	.011
Sig. (2-tailed)	.101	.098	.886	.602	.847
N	335	335	335	335	335

จากตารางที่ 19 พบว่า ประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลจำแนกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 5.1 สรุปผลการวิจัยจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 5.2 สรุปผลการวิจัยจังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 5.3 สรุปผลการวิจัยจังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 5.4 สรุปผลการวิจัยเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด

#### ตอนที่ 5.1 สรุปผลการวิจัยจังหวัดนครราชสีมา

##### สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 107 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 และเพศชายจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในจังหวัดนครราชสีมาเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือผู้จัดการทั่วไปและนักเรียน นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาคือผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ถัดมาคือลูกจ้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และลำดับสุดท้ายคือประธานกรรมการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ในส่วนของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือขนาด 10-50 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

โดยกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกและส่งมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ดำเนินธุรกิจประเภทผลิตสินค้า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และมีการดำเนินธุรกิจประเภทอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 (ผู้กรอกแบบสอบถามไม่ระบุประเภท)

ซึ่งจากการสำรวจระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

## สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. ผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่มีความหลากหลายของบุคคลต่าง ๆ
2. ผู้ประกอบการเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ
3. ความกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ

ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะไม่ค่อยตั้งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นชัยชนะในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง และปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง
3. จะต้องมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

แต่ในส่วนของการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างในจังหวัด นครราชสีมาให้ระดับความคิดเห็นอยู่ที่ระดับปานกลางเท่านั้น หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

ถัดมา ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดนครราชสีมารองลงมา คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ
2. ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง

แต่ในส่วนของการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมายังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
2. สถานประกอบการจะมีการปรับปรุงแบบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ

แต่ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง และ จะเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมายังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

และปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดนครราชสีมาอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แต่กลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสนใจในส่วนของ การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก และ การมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก นั่นคือ 2 ส่วนนี้มีโอกาสส่งผลให้ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างจังหวัด นครราชสีมา มองว่า การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ และผลิตภัณฑ์

หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า

1. ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมากับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ และด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส แต่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมาไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

2. ระหว่างประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมากับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่ง ธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า หรือ อื่น ๆ ล้วนไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

## ตอนที่ 5.2 สรุปผลการวิจัยจังหวัดชัยภูมิ

### สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 112 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในจังหวัดชัยภูมิอยู่ในตำแหน่งประธานกรรมการ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือเจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป และลูกจ้าง ซึ่งแต่ละตำแหน่งมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และสุดท้ายคือนักเรียน นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6



ในส่วนของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิ พบว่ากิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

โดยกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกและส่ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ดำเนินธุรกิจประเภทผลิตสินค้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ซึ่งจากการสำรวจระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

## สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนกลาง จังหวัดชัยภูมิ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. ผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่มีความชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ
2. ความกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ

ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะไม่ค่อยตั้งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นชัยชนะในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง

ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง

แต่ในส่วนของการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชัยภูมิให้ระดับความคิดเห็นอยู่ที่ระดับปานกลางเท่านั้น หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

ต่อมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก
2. สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ
3. ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย

แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนชัยภูมิมองว่า การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
2. สถานประกอบการจะมีการปรับปรุงแบบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ

แต่ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง และ จะเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมายังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

และปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แต่กลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความเห็นในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ และผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก นั่นคือ 2 ส่วนนี้มีโอกาสส่งผลให้ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ในส่วนของการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ

ยังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า

1. ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัด ชัยภูมิกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้น และความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ แต่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

2. ระหว่างประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดชัยภูมิ ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่ง ธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า หรือ อื่น ๆ ล้วนไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

### ตอนที่ 5.3 สรุปผลการวิจัยจังหวัดบุรีรัมย์

#### สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 116 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และเพศชายจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือผู้จัดการทั่วไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ลูกจ้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ประธานกรรมการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ในส่วนของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ากิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 96.6 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

โดยกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกและส่ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และดำเนินธุรกิจประเภทผลิตสินค้า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ซึ่งจากการสำรวจระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือต่ำกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ถัดมาคือเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

## สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนกลาง จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. ผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่มีความหลากหลายของบุคคลต่าง ๆ
2. ความกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ

ในขณะที่ผู้ประกอบการจะไม่ค่อยตั้งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นชัยชนะในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบุรีรัมย์ให้ระดับความคิดเห็นปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

และปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง
3. การจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก
4. จะต้องมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ถัดมา ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดนครราชสีมา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
2. สถานประกอบการจะมีการปรับรูปแบบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ
3. สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง

แต่ในส่วนของการเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ยังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมาอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ และปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด นั่นคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ รองลงมามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก คือ ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง แต่ในส่วนของการใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ยังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น และ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก
2. สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ

แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์มองว่า ผลผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย และการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า

1. ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์กับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ และด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน แต่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

2. ระหว่างประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์กับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่ง ธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า หรือ อื่น ๆ ล้วนไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

#### ตอนที่ 5.4 สรุปผลการวิจัยเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด

##### สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้ง 3 จังหวัด รวมจำนวน 335 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 และเพศชายจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัดเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 82.4 รองลงมาคือผู้จัดการทั่วไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ลูกจ้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 190 คน

คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ในส่วนของจำนวนแรงงานในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด พบว่า กิจการหรือสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่เป็นกิจการหรืออยู่ในกิจการขนาดเล็กที่มีจำนวนแรงงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 94.6 รองลงมาคือจำนวนแรงงาน 10-50 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และมีจำนวนแรงงาน 51-100 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

โดยกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกและส่งมากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตสินค้า จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.6

ซึ่งจากการสำรวจระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง 3 จังหวัด ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจได้เป็นระยะเวลาไม่ถึง 5 ปี เป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ถัดมาคือ 5-10 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และ 11-15 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

## สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนกลาง รวมทั้ง 3 จังหวัด สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนกลาง รวมทั้ง 3 จังหวัด มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. ผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่มีความชอบพบปะบุคคลต่าง ๆ
2. ความกล้าได้กล้าเสียและไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ

ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการจะไม่ค่อยตั้งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นชัยชนะในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง รวมทั้ง 3 จังหวัด ให้ระดับความคิดเห็นปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. จะต้องมีการพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง
3. สถานประกอบการมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ
4. การจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก

ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. สถานประกอบการมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
2. สถานประกอบการจะมีการปรับรูปแบบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ
3. สถานประกอบการมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง

แต่ในส่วนของ การเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการ ในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา ยังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

ต่อมา คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.48 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด นั่นคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ ถัดมาปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก คือ การให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง แต่ในส่วนของ การใช้ Social Media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า กลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง รวมทั้ง 3 จังหวัด ยังให้ระดับความคิดเห็นอยู่เพียงระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น



และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง รวมทั้ง 3 จังหวัด ให้ระดับความคิดเห็นว่ามีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 คือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก นั่นคือ

1. การให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก
2. สถานประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่เสมอ

แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง รวมทั้ง 3 จังหวัด มองว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย และการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โดยเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการเพียงปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า

1. ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่างทั้ง 3 จังหวัดกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน คือด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส และด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา

2. ระหว่างประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่างทั้ง 3 จังหวัดกับปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้านนั้น พบว่า ความแตกต่างในเรื่องของประเภทของวิสาหกิจของกลุ่มตัวอย่าง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่ง ธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า หรือ อื่น ๆ ล้วนไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน

## บรรณานุกรม

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2560 [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม, 2560 ได้จาก: <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year>.
- David Lucas, และ Caleb Fuller. (2017). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive-Relative to what? Journal of Business Venturing Insights,7, 45-49.
- Jutta Viinikainen, Guido Heineck, Petri Bockerman, Mirka Hintsanen, Olli Raitakari, และ Jaakko Pehkonen. (2017). Born entrepreneurs? Adolescents' personality characteristics and entrepreneurship in adulthood. Journal of Business Venturing Insights,8, 9-12.
- Leonidas Zampetakisa, Konstantinos Kafetsiosb, และ Vassilis Moustakisa. (2017). Using emotional persuasion for changing attitudes towards. Journal of Business Venturing Insights,7, 50-54.
- M.S Cardon, และ G.P Kirk. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. Entrepreneur Theory Practice, 39, 1027-1050.
- Maija Renko, และ Michael Freeman. (2017). How motivation matters: Conceptual alignment of individual and opportunity as a predictor of starting up. Journal of Business Venturing Insights,8, 56-63.
- Matthias Schulza, Diemo Urbiga, และ Vivien Prochera. (2017). The role of hybrid entrepreneurship in explaining multiple job. Journal of Business Venturing Insights,7, 9-14.
- Melissa Cardon, Michael Glauser, และ Charles Murnieks. (2017). Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. Journal of Business Venturing Insights,8, 24-32.
- Melissa Cardon, และ Contu Kirk. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of self-efficacy to persistence relationship. Entrepreneurship Theory&Practics, 39, 1027-1050.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

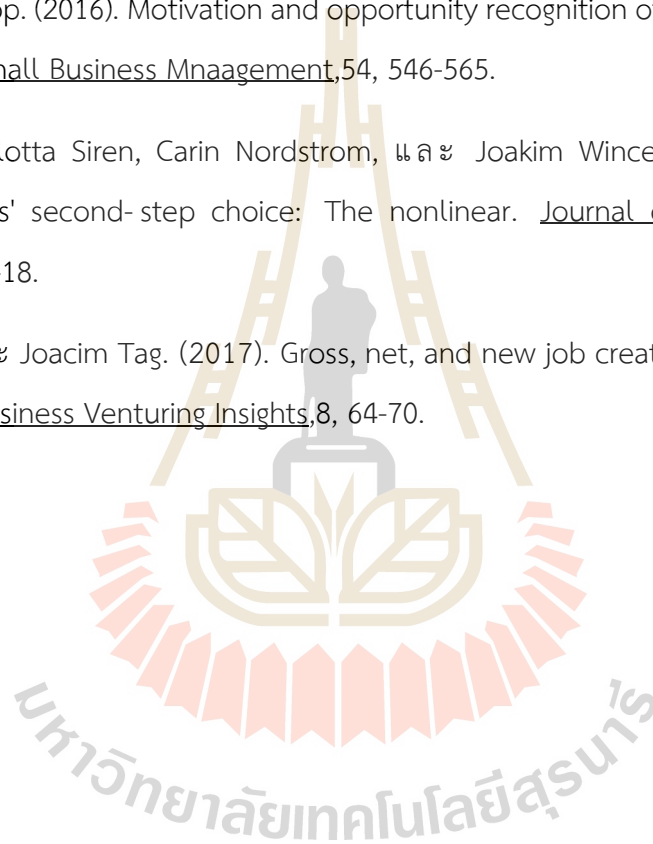
Melissa Cardon, และ Presue Kirk. (2015). Entrepreneurial passion as a mediator of the self-efficacy to persistence relationship. Entrepreneurship Theory and Practice,39, 1027-1050.

Per Bylund, และ Matthew McCaffrey. (2017). A theory of entrepreneurship and institutional uncertainty. Journal of Business Venturing,32, 461-475.

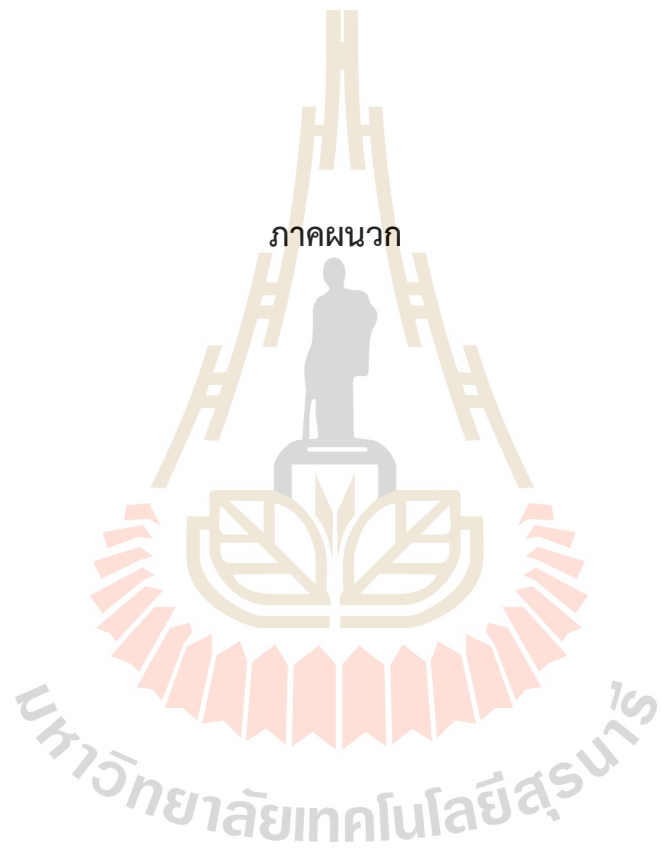
R Yitshaki, และ F Kroop. (2016). Motivation and opportunity recognition of social entrepreneurs. Journal of Small Business Mnaagement,54, 546-565.

Sara Thorgren, Charlotta Siren, Carin Nordstrom, และ Joakim Wincent. (2015). Hybrid entrepreneurs' second-step choice: The nonlinear. Journal of Business Venturing Insights,5, 14-18.

Thomas Astebro, และ Joacim Tag. (2017). Gross, net, and new job creation by entrepreneurs. Journal of Business Venturing Insights,8, 64-70.



ภาคผนวก



## ภาคผนวก ก.

## แบบสอบถาม



## แบบสอบถามงานวิจัย

ความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม:กรณีศึกษาในเขต  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง

Entrepreneurial Passion Domains of Small and Medium Enterprises: SMEs: A Case Study  
of Lower Northeastern

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง 2) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการต่อผลการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งผลของการศึกษาจะสร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนล่าง ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ท่าน เพื่อโปรดให้ข้อมูลที่ตรงกับความจริงโดยข้อมูลของท่านจะเก็บเป็นความลับและสรุปผลในเชิงวิชาการ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อ E-mail: [adisak271@hotmail.com](mailto:adisak271@hotmail.com)

อาจารย์อดิศักดิ์ สุวิทวัส

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

1. เพศ
  - 1) ชาย
  - 2) หญิง
  
2. ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน
  - 1) ผู้จัดการทั่วไป
  - 2) ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย
  - 3) ประธานกรรมการ
  - 4) เจ้าของกิจการ
  - 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
  
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
  - 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - 2) ปริญญาตรี
  - 3) สูงกว่าปริญญาตรี
  
4. จำนวนแรงงานในการดำเนินงาน
  - 1) ต่ำกว่า 10 คน
  - 2) 10-50 คน
  - 3) 51-100 คน
  - 4) มากกว่า 100 คนขึ้นไป
  
5. ประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
  - 1) ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า
  - 2) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกและส่ง
  - 3) ดำเนินธุรกิจบริการ
  - 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
  
6. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
  - 1) ต่ำกว่า 5 ปี
  - 2) 5-10 ปี
  - 3) 11-15 ปี
  - 4) มากกว่า 15 ปีขึ้นไป
  
7. สถานประกอบการตั้งอยู่ที่จังหวัดใด
  - 1) นครราชสีมา
  - 2) บุรีรัมย์
  - 3) ชัยภูมิ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✖ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานประกอบการของท่าน

ปัจจัยเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านความมุ่งมั่นในสินค้าและบริการ</b>					
1.ในช่วงเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา สถานประกอบการของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่					
2.ท่านให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่ง					
3.การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ท่านคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ					
4.ท่านมีการใช้Social media สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า					
<b>ด้านความกระตือรือร้นในการแข่งขัน</b>					
5.ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านมีการใช้กลยุทธ์ทางการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขาย					
6.การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ของสถานประกอบการของท่าน					
7.สถานประกอบการของท่านมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่อยู่อย่างสม่ำเสมอ					
8.ท่านให้ความสำคัญกับยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นอย่างมาก					
<b>ด้านความชอบในการเป็นผู้ประกอบการ</b>					
9.ท่านเป็นคนที่ชอบความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ					
10.ท่านเป็นคนที่มักคลุกชอบพบปะบุคคลต่างๆ					
11.ชัยชนะในการดำเนินธุรกิจคือเป้าหมายหลักของท่าน					
12.สถานประกอบการของท่านกล้าได้กล้าเสียในการดำเนินธุรกิจ และไม่รู้สึกเหนื่อยในการดำเนินธุรกิจ					

ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาส					
13.สถานประกอบการของท่านมักแสวงหาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ					
14.สถานประกอบการของท่านจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ					
15.สถานประกอบการของท่านจะมีการปรับรูปแบบของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการอยู่เสมอ					
16.สถานประกอบการของท่านจะมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง					
ด้านความกระตือรือร้นในการพัฒนา					
17.สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่					
18.สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า					
19.สถานประกอบการของท่านมีการจ้างพนักงานที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นหลัก					
20.สถานประกอบการของท่านมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม: ในเรื่องของความกระตือรือร้นและความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ

.....

.....

.....

.....

.....

\*\*ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้\*\*



ภาคผนวก ข  
ภาพประกอบการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง



ภาพประกอบการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)



## ภาพประกอบการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)



**ภาคผนวก ค**  
**ประวัตินักวิจัย**

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย อติศักดิ์ สุวิวัฒน์  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Adisak Suvittawat
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3449900240988
3. ตำแหน่งปัจจุบัน  
- อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการจัดการ
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)  
- สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม  
- หมายเลขโทรศัพท์ 044 224 724  
- Email: adisak@sut.ac.th
5. ประวัติการศึกษา  
- Doctor of Business Administration, 2013: Asian Institute of Technology GPA 3.52  
- Master of Business Administration (Marketing), 2008: Ramkhamheng University GPA 3.60  
- Master of Public and Private Management, 2006: National Institute of Development Administration GPA 3.53  
- Bachelor of Science in Agriculture, 1989: Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand GPA 2.52
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
- สาขาวิชาผู้ประกอบการและการจัดการโลจิสติกส์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย
  - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย
  - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย
  - 7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)
  - 7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำการวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด