

การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา

มีนาคม 2557

การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา

มีนาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา

มีนาคม 2557

จิตตากรณี พุทธฉายา. (2557). การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม:
อาจารย์ ดร. สุวิมล กฤษศยาสา, รศ.ชูศรี วงศ์รัตน์.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร
จำนวน 7 มหาวิทยาลัย มีประชากรทั้งสิ้น 1,215 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนิสิตคณะบริหารธุรกิจที่
เรียน 5 สาขาวิชา จำนวน 363 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 11 ด้าน
จำนวน 90 ข้อ คือ 1) ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายาม 2) ด้านความต้องการความสำเร็จ
และการเติบโต 3) ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4) ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ 5) ด้านการ
แก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ 6) ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน 7) ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ
8) ด้านอำนาจภายในตน 9) ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง 10) ด้านความต้องการสถานภาพ
และ 11) ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาพบว่า แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ซึ่งใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าตั้งแต่ 0.60 – 1.00 มีค่า
อำนาจจำแนกโดยใช้วิธีการหาสหสัมพันธ์แบบ Corrected Item Total Correlation อยู่ระหว่าง 0.202 -
0.762 ค่าความเชื่อมั่นจากแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการจำนวน 90 ข้อ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์
แอลฟา ของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับเท่ากับ 0.858

CONSTRUCTION OF AN ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS INVENTORY FOR
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Educational Measurement
at Srinakharinwirot University

March 2014

Jittaporn Puttachaya. (2014). *Construction of an Entrepreneurial Characteristics Inventory for Faculty of Business Administration University Students in Bangkok*. Master thesis, M.Ed. (Educational Measurement). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr. Suwimon Kritkharuehart, Assoc. Prof. Chusri Wongrattana.

The purposes of this research study were to construct and test the quality of an Entrepreneurial Characteristics Inventory for Business Administration university students in Bangkok. The research population was senior business administration students (class of 2013) studying at 7 private universities in Bangkok the total population was 1,215 students. The sample used consisted of 363 business administration students who were selected by cluster random sampling.

The research instrument used was an Entrepreneurial Characteristics Inventory consisting of 11 aspects 90 items: 1) Total commitment, determination and perseverance. 2) Drive to achieve and grow. 3) Opportunity and goal orientation. 4) Taking initiative and personal responsibility. 5) Persistent problem solving. 6) Realism and a sense of humor. 7) Seeking and using feedback. 8) Internal locus of control. 9) Calculated risk-taking and risk-seeking 10) Low need for status and power and . 11) Integrity and reliability.

The results revealed that The Entrepreneurial Characteristics Inventory for Faculty of Business Administration students had content validity. The Index of Congruence range was between 0.60 – 1.00, with a Corrected Item Total Correlation ranging from between 0.202 – 0.762. Reliability for the 90-item Entrepreneurial Characteristics Inventory test was at 0.858 using Cronbach's Alpha Coefficient formula.

ปริญญาบัตร

เรื่อง

การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร

ของ

จิตตภรณ์ พุทธฉายา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิตสาขาวิชาการวัดผลการศึกษา

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คนบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ เดือน พ.ศ. 2557

คณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตร

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ที่ปรึกษาหลักประธาน

(อาจารย์ ดร.สุวิมล กฤษศยาห์)

(รองศาสตราจารย์นิภา ศรีไพโรจน์)

.....ที่ปรึกษาร่วมกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน์)

(อาจารย์ ดร.สุวิมล กฤษศยาห์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ ลังกา)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญาบัตรฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ดร.สุวิมล กฤษดาสนิธานประธาน
ควบคุมปริญญาบัตรรองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ กรรมการควบคุมปริญญาบัตรในการให้
คำปรึกษาความช่วยเหลือตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆและให้คำแนะนำข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อ
การทำปริญญาบัตรนับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่าง
สูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ นิภา ศรีไพโรจน์ และอาจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ ลังกา
กรรมการสอบปริญญาบัตร ที่ได้กรุณาให้ความรู้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอันมีคุณค่า รวมทั้งแก้ไข
ข้อบกพร่องต่างๆ ของปริญญาบัตรให้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ Dr.Wayne Albert Hamra ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระวีวรรณ พันธุ์พานิช
อาจารย์ ดร.สรภักดิ์ธรรม ฉัตรกมลทัศน์ และอาจารย์ ดร.อรอุมา เจริญสุข ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ
คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของ
เครื่องมือ ขอขอบพระคุณผู้บริหารคณาจารย์ มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยเกริก และ มหาวิทยาลัย
สยามที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษาทุกท่านที่กรุณาอบรมสั่ง
สอนให้ความรู้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ประสบการณ์ที่ดีและมีคุณค่าอย่างยิ่งกับผู้วิจัยและได้หล่อ
หลอมให้ศิษย์เป็นนักวัดผลที่มีคุณภาพ ตลอดจนขอขอบพระคุณอาจารย์ชวลิต รวยหาจินอาจารย์ดร.มิ่ง
เทพครเมืองและอาจารย์ ดร.เสกสรรค์ ทองคำบรวงศ์ ที่กรุณาสอนและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้โปรแกรม
สำเร็จรูปและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวกับการทำปริญญาบัตร ขอขอบพระคุณอาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ วัชรรัตน์ที่
กรุณาให้คำแนะนำโปรแกรมสำเร็จรูป ขอขอบพระคุณ อาจารย์ประไพ ปลายเนตร และ Dr.Wayne
Albert Hamra ผู้ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อปริญญาโท และคอยห่วงใยในเรื่องการศึกษาของ
ผู้วิจัยอย่างสม่ำเสมอ ขอขอบคุณพี่วิสารัตน์ วงศ์ภูรี วิจิตรา ทองแย้ม และเพื่อน ๆ ที่ศึกษาในสาขาวิชา
การวัดผลการศึกษาทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจ แสดงความห่วงใยและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอ

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่เป็นแรงบันดาลใจ คอยห่วงใยในเรื่องการศึกษาและ
ให้การสนับสนุนในการเรียนและการทำปริญญาบัตรครั้งนี้เป็นอย่างดี คุณประโยชน์ของงานวิจัยครั้งนี้
ผู้วิจัย ขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่บิดามารดาที่ ญาติและคณาจารย์ที่อบรมสั่งสอนปลูกฝังคุณงามความดี
ตลอดจนประสิทธิประสาทวิชาการความรู้ให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

จิตตากรณี พุทธฉายา

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ผู้ประกอบการ.....	9
ความหมายของผู้ประกอบการ.....	9
ธุรกิจและกิจการที่เอื้ออำนวยเหมาะสมสำหรับผู้เริ่มลงทุนรายใหม่.....	11
ความหมายขององค์การธุรกิจ.....	12
ประเภทของธุรกิจ.....	13
ความมุ่งหมายของการประกอบการ.....	16
ประเภทของผู้ประกอบการ.....	16
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ.....	20
การตรวจสอบคุณภาพแบบวัด.....	28
การหาค่าอำนาจจำแนก.....	28
ความเที่ยงตรง.....	29
ค่าความเชื่อมั่น.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
งานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ.....	36
งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
การนำเสนอผลจากวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	58
สรุปผลการวิจัย.....	58
อภิปรายผล.....	59
ข้อเสนอแนะ.....	61
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	66
ภาคผนวก ก.....	67
ภาคผนวก ข.....	75
ภาคผนวก ค.....	87
ภาคผนวก ง.....	98
ภาคผนวก จ.....	110
ประวัติย่อผู้วิจัย	112

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่เป็นประชากรจำแนกตามมหาวิทยาลัยและสาขาวิชา.....	41
2 นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัยและสาขาวิชา....	43
3 ค่าอำนาจจำแนกรายด้านของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการจากการทดลองครั้งที่ 1.....	54
4 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ จากการทดลองครั้งที่ 2.....	56
5 ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ.....	68
6 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 1.....	76
7 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 2.....	77
8 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 3.....	78
9 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 4.....	79
10 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 5.....	80
11 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 6.....	81
12 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 7.....	82
13 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 8.....	83
14 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 9.....	84
15 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 10.....	85
16 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 ด้านที่ 11.....	86
17 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 1.....	88
18 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 2.....	89
19 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 3.....	90
20 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 4.....	91
21 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 5.....	92
22 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 6.....	92
23 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 7.....	93
24 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 8.....	94
25 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 9.....	95
26 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 10.....	12
27 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 ด้านที่ 11.....	12

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการหาคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ.....	96
2 ลำดับขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ.....	97



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง มีผลทำให้เกิดธุรกิจและอุตสาหกรรมมากขึ้น เป็นการพัฒนาไปสู่การเป็นประเทศเศรษฐกิจใหม่ โดยอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจได้ก้าวล้ำหน้าภาคเกษตรกรรมไปเป็นอันมากซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้ส่งผลให้ธุรกิจมีการขยายตัว โดยเฉพาะธุรกิจนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจเพราะเป็นหน่วยธุรกิจที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจช่วยสร้างงานสร้างรายได้ กระจายสินค้าและบริการออกไปสู่ทุกภาคในระบบเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความสมดุลและหลากหลายยังส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งยั่งยืน และเป็นภูมิคุ้มกันในยามที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (อารีย์ งามศิริพัฒนกุล. 2551: 11) ซึ่งในระบบเศรษฐกิจเสรีอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจมีความสำคัญและมีส่วนในการทำให้ประเทศไทยเจริญก้าวหน้าด้านการค้าซึ่งในอดีตธุรกิจนั้นส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่แต่เนื่องจากบุคคลมีสิทธิและเสรีภาพในการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจจึงพบว่าผู้ประกอบการและบุคคลหลากหลายอาชีพหันมาให้ความสำคัญในการประกอบธุรกิจกันมากขึ้นและโอกาสดังนั้นก็เปิดกว้างเสมอสำหรับผู้มีความรู้ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ (อนิวัช แก้วจางค์. 2550: 187) อีกทั้งยังมีสถาบันการศึกษาได้ส่งเสริมโดยมีการจัดโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนนักศึกษาจบใหม่ผู้ว่างงานและพนักงานถูกจ้างที่มีศักยภาพให้สามารถสร้างโอกาสประกอบธุรกิจด้วยตนเอง ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่นักศึกษาจบใหม่ที่มีแนวคิดและความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Young Entrepreneur) ทางภาครัฐจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโดยถือเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวด้วยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ขณะเดียวกันก็ช่วยพัฒนาผู้ประกอบการเดิมที่มีศักยภาพให้อยู่รอด เพื่อให้ธุรกิจทั้งรายใหม่รายเก่าสามารถดำรงอยู่มีความเจริญก้าวหน้า (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2553 : ระบบออนไลน์) ประกอบกับเมืองไทยในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันรุนแรงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคหันไปนิยมร้านค้าติดแอร์หรือสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น จึงทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจได้รับความนิยมน้อยถอยลงตามลำดับปัจจุบันผลกระทบคือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ในส่วนการเสริมศักยภาพทางธุรกิจที่ส่วนใหญ่เป็นของคนไทยและในส่วนของทางด้านผู้ประกอบการยังช่วยทำให้สร้างเศรษฐกิจดังนั้นการร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการทุกรูปแบบ ทั้งนี้การประกอบธุรกิจ

ยังคงเป็นตลาดแข่งขันเสรี และมีความเป็นธรรมทางการค้า สังคม อันประกอบด้วยผู้บริโภค ผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่ง และผู้ผลิตย่อมได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่เป็นธรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้หากภาวะแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของตลาดไม่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุง กฎหมายตลอดจนกฎระเบียบ ซึ่งเป็นเสมือนกฎกติกาการค้า จึงจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ธุรกิจค้าปลีก เมืองไทยเติบโตและเป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (วัชรวิ ไหมเจริญ, 2550: 2-3)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่เนื่องจากเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพลังทางเศรษฐกิจด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การประดิษฐ์ คิดค้นการบุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนเป็นผู้จุดชนวนความเติบโตทางเศรษฐกิจในมิติต่างๆ นานัปการ การที่ผู้ประกอบการคือผู้ที่ใช้พลังความสามารถทั้งหมดของตนเองเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรและการเติบโตให้แก่กิจการดังนั้นก็กล่าวได้ว่ามีส่วนช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในเชิงแข่งขันให้กับประเทศชาติ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทุกสมัย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ณ ปัจจุบันจนถึงอนาคต เป็นโลกของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ซึ่งในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี บุคคลมีเสรีภาพที่จะเข้ามาประกอบกิจการ ดังนั้นในแต่ละปีจะมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากเปิดกิจการของตนเองขึ้นมา แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าทุกกิจการที่เปิดดำเนินการจะประสบความสำเร็จเสมอไป ในกิจการจำนวนมาก แม้ผู้ประกอบการจะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการดำเนินธุรกิจแต่ต้องประสบความล้มเหลว อย่างไรก็ตามโอกาสยังคงเปิดกว้างอยู่เสมอสำหรับผู้ที่มีความสามารถและมุ่งหวังที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการของตนเองและคนหนุ่มสาวที่มักถูกเรียกว่าพวก X เพราะอยู่ในโลกที่มีโอกาส ซึ่งแตกต่างจากในอดีตเป็นอย่างมาก โดยพวกที่อยู่ในศตวรรษที่ 21 นี้ อาจเรียกอีกอย่างว่าพวกอี (Generation E) เพราะถือเป็นกลุ่มคนที่จะกลายเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ตั้งแต่มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นต้นมา เนื่องจากโลกในยุคปัจจุบันและอนาคตเป็นโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็ว ตลาดในระดับโลกเปิดกว้างมากขึ้น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงลูกค้าโดยใช้อินเทอร์เน็ตสามารถดำเนินการได้ดังนั้นจึงก่อให้เกิดโอกาสในการประกอบการขึ้นอย่างกว้างขวางซึ่งในทั้งนี้ในการเข้ามาประกอบการธุรกิจเกิดจากผู้ประกอบการได้รับแรงกระตุ้นทั้งพลังที่เป็นปัจจัยหลักและปัจจัยตั้งในการได้รับการยอมรับในอาชีพแม้เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นอย่างเป็นทางการ ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากประการหนึ่ง ประชาชนที่ให้การยอมรับอาชีพประกอบการมีมากขึ้นและการศึกษาของผู้ประกอบการในสาขาบริหารธุรกิจได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายด้านนั้น หลักสูตรต่างๆ ในด้านนี้ ทั้งหลักสูตรระดับปริญญาและการฝึกอบรมในระยะสั้นได้รับการตอบสนองจากสถาบันการศึกษาต่างๆ จนอาจกล่าวได้ว่าความต้องการทางการศึกษาในสาขานี้ได้ตื่นตัวเป็นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาและมีผู้สำเร็จหลักสูตรต่างๆเป็นจำนวนมาก(อำนาจ ธีระวิฑิต, 2549: 51)

และยังเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา คณะบริหารธุรกิจนั้นจะมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเป็นผู้ประกอบการทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพในสายงานที่เป็นของตนเองได้ อาชีพของนักธุรกิจ รวมทั้งการประกอบอาชีพในสายงานขององค์กรภาครัฐและเอกชน โดยลักษณะของงานจะมีแนวทางตามแต่ละคนอาทิจานสืบทอดและสานต่ออาชีพของครอบครัว งานอิสระของตนเองงานที่ปรึกษาให้แก่ผู้ประกอบการงานการเป็นผู้ประกอบการของตนเองงานสร้างนวัตกรรมและการจำลองธุรกิจใหม่(มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554: ออนไลน์)

ฉะนั้น หากประเทศไทยจะยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ต้องเปลี่ยนแปลงเริ่มตั้งแต่การหันมาสำรวจปัญหาภายในประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้น โดยไม่หวังการพึ่งพาต่างประเทศเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันก็ต้องมองออกไปข้างนอกว่า โลกกำลังแข่งขันกันเรื่องอะไร และแนวโน้มในอนาคตจะแข่งขันกันเรื่องอะไร เพื่อจะด้กทางได้ถูกต้องและที่สำคัญคนรุ่นต่อไปที่จะเข้ามาบริหารประเทศไทยต่อไป จะต้องเตรียมตัวพัฒนาให้เก่งทางด้านใดบ้าง จนนำมาสู่การตัดสินใจประกาศเป็น 11วาระแห่งชาติในปี 2544 ประกอบด้วย วาระที่ 5 การประกาศพัฒนาตลาดเงินทุน และตลาดทุนข้อที่ 3 ปรับเงื่อนไข สร้างกระดานหุ้นผู้ประกอบการเพื่อเป็นช่องทางระดมทุนให้ผู้ประกอบการใหม่ วาระที่ 7 การประกาศสร้างรายได้และแก้ปัญหาคนตกงาน ได้แก่ ข้อที่ 1 รักษาผู้ประกอบการเดิม โดยเร่งแก้ไขปรับปรุงกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการฟื้นฟูและการอุดหนุนของธุรกิจที่มีศักยภาพ อาทิ กฎหมายล้มละลายข้อที่ 2 เพิ่มผู้ประกอบการใหม่ จัดตั้งกองทุนร่วมทุนแห่งชาติ สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทักษะความรู้ด้านประกอบการผ่านทางการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ข้อที่ 3 เอาใจใส่ในกิจการหรือธุรกิจโดยจัดตั้งกองทุนร่วมทุนแห่งชาติ สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและธนาคารสำหรับผู้ประกอบการโดยเฉพาะรวมทั้งปรับทิศทางของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือ BOI ให้เน้นการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและเล็ก ข้อที่ 4 สร้างโอกาสดีให้แก่คนว่างงาน จัดตั้งธนาคารประชาชนเพื่อให้สินเชื่อแก่ผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งผู้ตกงานและผู้ว่างงานและจัดตั้งกองทุนประกันการว่างงาน รวมทั้งจัดโครงการฝึกฝนพัฒนาทักษะวิชาชีพผู้ว่างงาน (เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป. 2548: 20-21) ในการสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจจะเห็นได้ว่าภาครัฐได้หันมาให้ความสนใจโดยเข้ามาช่วยเหลือเพื่อให้ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจและผู้ประกอบการมากขึ้นและยังพบอีกว่าภาครัฐได้พยายามผลักดันโครงการนโยบาย มีการให้ความรู้โดยการฝึกอบรมผ่านองค์กรต่างๆ มากมาย รวมทั้งสถานศึกษาก็เร่งผลิตนักศึกษาเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานและสามารถประกอบอาชีพได้ด้วยตนเองมากขึ้น (อนิวัช แก้วจำนงค์. 2550: 7-8) การส่งเสริมสนับสนุนให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศรู้จักการประกอบการเพื่อช่วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับนักวิชาการบางท่านที่เชื่อว่าแนวคิดการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยที่ดีที่สุดขณะนี้คือ

การส่งเสริมทางการด้านการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) ซึ่งถือว่าเป็น “เลือดใหม่” (new blood) ทางธุรกิจที่จะเข้ามาช่วยขับเคลื่อนให้ระบบเศรษฐกิจไทยฟื้นกลับมา ปัจจุบันวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย จึงได้บรรจุวิชาการเป็นผู้ประกอบการไว้ในหลักสูตร ทั้งระดับปริญญาตรี และปริญญาโท (พิบูล ที่ปะปาล; และธนวัฒน์ ที่ปะปาล. 2552: 1)

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะสร้างแบบวัดคุณลักษณะ ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานครอันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ เรียนรู้ในการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างบัณฑิตให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อเป็นพลังและแรงจูงใจผลักดันความเจริญความก้าวหน้ามากขึ้นในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยเฉพาะผู้ที่กำลังจะจบการศึกษาออกไปสู่ตลาดแรงงาน การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายไว้ดังนี้คือ

1. เพื่อสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

ในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะ

บริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้เครื่องมือของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาและบุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการในการที่จะนำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้ได้แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเพื่อเป็นข้อมูลให้นักศึกษาประเมินตนเองและจะทำให้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาหรือผู้สนใจนำไปใช้ในการพัฒนาความสามารถของตนเองได้

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 จากมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 สาขาวิชาได้แก่ การตลาด การจัดการ การบัญชี การเงิน และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 7 มหาวิทยาลัยและจำนวนนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ทั้งหมด 1,215 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 ของมหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยสยาม และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยประกอบด้วย 5 สาขาวิชา จำนวน 363 คน ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **คุณลักษณะผู้ประกอบการ** หมายถึงลักษณะของบุคคลที่มีความสนใจและศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีแนวทางการจัดการด้านธุรกิจและการศึกษาครั้งนี้ได้นำตัวแปรความพร้อมของผู้ประกอบการ 11 ด้าน ดังนี้

1.1 **พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม** หมายถึง การมีเป้าหมาย รวมถึงการวิเคราะห์เป้าหมาย วิธีการวางแผน กลยุทธ์ต่างๆ ที่จะสามารถดำเนินกิจการ รวมถึงการที่ไม่ยอมแพ้ต่อปัญหา มีความพยายามในการทำงานและมีความตั้งใจสูง

1.2 **ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต** หมายถึง ลักษณะของการความต้องการแข่งขันในธุรกิจเพื่อความก้าวหน้าในการประกอบการ และความพยายามทำงานให้ได้ผลดีเยี่ยมพยายามที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยตนเองไม่ว่าจะทำกิจกรรมอะไรจิตใจที่จะเอาชนะอุปสรรคทั้งปวง

1.3 **เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย** หมายถึง ลักษณะของความชัดเจนต่อความสำเร็จให้ความสำคัญกับเวลา ลักษณะที่ไม่ใช่คนเพ้อฝันอยู่กับอดีตหรืออนาคต มุ่งมั่นการทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุด คิดถึงอนาคตเฉพาะจุดมุ่งหมายที่เราต้องการและวางแผนไว้แล้ว หรือจังหวะที่เหมาะสมกับการประกอบการ ความกล้าที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้หรือตั้งใจไว้แม้จะมีเหตุการณ์หรือสิ่งอื่นใดมาเป็นอุปสรรคและไม่ทอดทิ้ง และยังคงตั้งใจกระทำสิ่งนั้นต่อไปจนกว่าจะประสบความสำเร็จ

1.4 **ความริเริ่มและความรับผิดชอบ** หมายถึง ลักษณะของการมีความคิดอิสระหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ พัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย ชอบคิดสร้างสรรค์ กล้าที่จะคิดถึงรูปแบบวิธีการใหม่ รวมถึงการกล้านำความคิดเหล่านั้นมาใช้ มีความสามารถในการคิดหลายแง่หลาย

มุ่มมีความเต็มใจที่จะทำในสิ่งใหม่ๆ มีความกล้าหาญที่จะเผชิญกับสิ่งแปลกใหม่ได้ทุกวันและมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายทำงานอย่างเต็มที่

1.5 การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ หมายความว่า ลักษณะของการที่ไม่ยอมแพ้ การรักษาภาวะปกติของตนไว้ได้ ไม่ว่าจะถูกกระทบกระทั่งด้วยสิ่งอันเป็นที่พึงปรารถนาหรือไม่พึงปรารถนาก็ตามยืนหยัดต่อสู้และทำงานหนัก ขยันหมั่นเพียรไม่หยุดนิ่ง มีความมั่นคงหนักแน่น มีความสามารถทางร่างกาย ความคิด จิตใจ ที่จะปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดและไม่ยอมแพ้ต่อปัญหา

1.6 ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน หมายถึง คุณลักษณะของการมองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก สามารถใช้ประสบการณ์หรือบทเรียนที่ได้ศึกษาค้นคว้ามาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงและมีสภาวะจิตใจอารมณ์ไม่เครียด มีความอดทนกับความเล็งด้านจิตใจถึงแม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่กดดันก็สามารถรักษาสภาวะจิตใจและอารมณ์ได้อย่างปกติ

1.7 ค้นคว้าและใช้ข้อมูลป้อนกลับ หมายถึง คุณลักษณะผู้ที่ประกอบการศึกษาค้นคว้าความรู้หรือข้อมูลต่างๆ ของการประกอบการ รู้จักใช้การเรียนรู้จากประสบการณ์วิชาในการเรียน การใช้ขั้นตอนการเริ่มต้น ขั้นตอนกระบวนการ และขั้นตอนของผลตอบรับหรือโครงการที่เคยทำใช้ผลสะท้อนในอดีต ให้ประสบการณ์บทเรียนเป็นครูสอนเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในอนาคตเช่นการทำแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น

1.8 อำนาจจากภายในตน หมายถึง ลักษณะของการมีความเชื่อมั่นในตนเอง ความตั้งใจเด็ดเดี่ยว ความแน่ใจหรือมั่นใจหรือความกล้าที่จะกระทำสิ่งต่างๆ มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเองชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำหรือในความสามารถของตนเอง มีความกระตือรือร้นต่อความเป็นไปของสิ่งแวดล้อมมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อแก้ไขปัญหา มีความสามารถในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุหนึ่งและไปยังผลหนึ่ง สามารถควบคุมให้เกิดผลตามที่ต้องการได้

1.9 คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง หมายถึง คุณลักษณะของการมีความไตร่ตรองรอบคอบกับการที่จะตัดสินใจหรือกระทำงานใดๆ มีการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการเงิน เทคโนโลยี ด้านการตลาด ก่อนที่จะตัดสินใจลงมือปฏิบัติ และศึกษาสภาวะหรือสถานการณ์ที่จะอาจทำให้เกิดการขาดทุนหรือกิจการที่อาจจะไม่ประสบความสำเร็จ

1.10 ความต้องการสถานภาพ หมายถึง คุณลักษณะทางสังคมที่ต้องการพัฒนาธุรกิจ มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน การร่วมมือและแข่งขัน เข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม พยายามดำเนินธุรกิจให้มีชื่อเสียงและพยายามที่จะหาหนทางในการโฆษณาธุรกิจของตนเองหรือตัวผู้ประกอบการให้มีฐานะที่สูงขึ้นหรือได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น

1.11 ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ หมายถึง คุณลักษณะของการมีความมุ่งมั่นตั้งใจปฏิบัติหน้าที่การงานให้บรรลุความสำเร็จตามความมุ่งหมายยอมรับผลการกระทำนั้นพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น โดยมีความสำนึกในความถูกต้องและยุติธรรมอยู่เสมอในการปฏิบัติงานเอาใจใส่ติดตามผลไม่ทอดทิ้งงานที่ทำ ยอมรับผิชอบผลของหน้าที่การงานที่ตนเองกระทำทั้งดีไม่ดี ไม่ปิดความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนแก่ผู้อื่น

2. คุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ หมายถึง คุณลักษณะของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานครโดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในงานวิจัยครั้งนี้มีการตรวจสอบ 3 ด้านได้แก่

2.1 ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) หมายถึงความสามารถของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานครที่สามารถพิจารณาจากเนื้อหาของแบบวัดว่าเป็นตัวแทนที่ดีของคุณลักษณะผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด

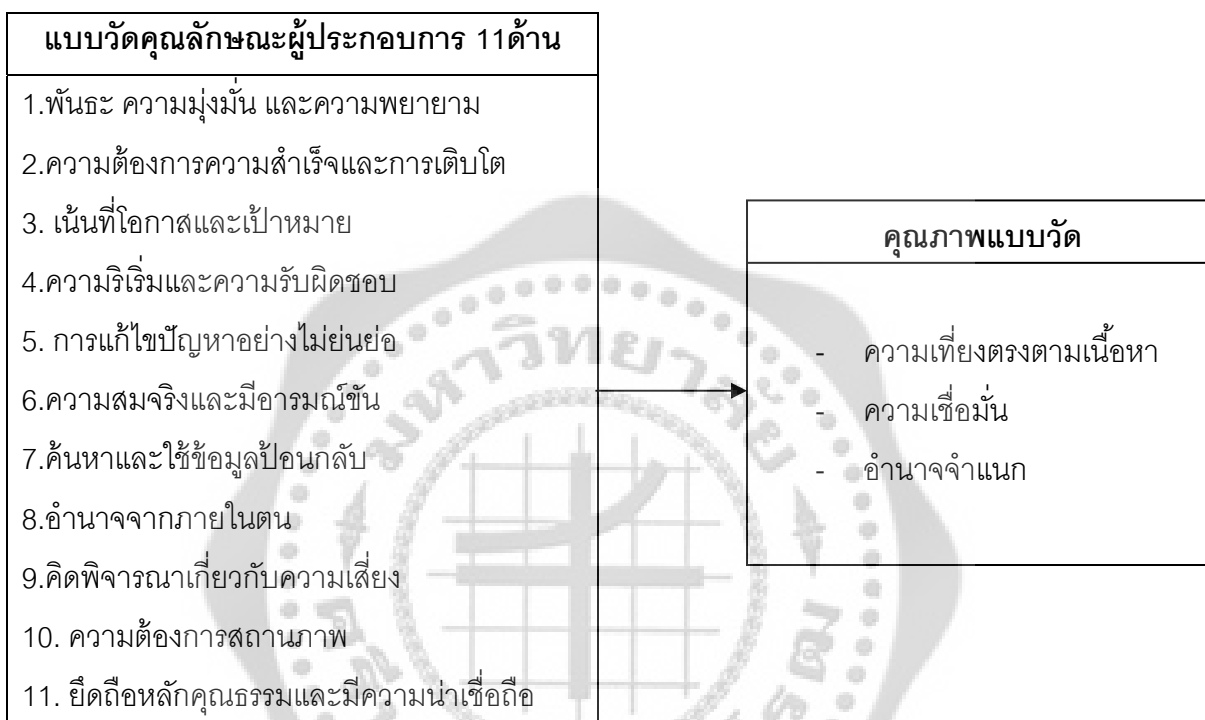
2.2 อำนาจจำแนก (Discrimination) หมายถึงคุณสมบัติของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานครที่สามารถจำแนก นักศึกษาที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการระดับสูงและต่ำออกจากกัน ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการพิจารณา Corrected Item Total Correlation ที่มีค่าตั้งแต่ .2 ขึ้นไป

2.3 ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง สัดส่วนของความแปรปรวนของคะแนนจริงกับความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากการวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นการศึกษารากฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างสรรค์ความก้าวหน้าและแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม เนื่องจากการศึกษาเป็นกระบวนการที่ช่วยให้นักศึกษาได้พัฒนาตนเองของคุณลักษณะและความสามารถต่างๆ ที่จะดำรงชีวิตในการประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุข รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและเป็นพลังสร้างสรรค์ประเทศให้ยั่งยืนได้ในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งคาโอ(อำนาจ ธีระวณิช. 2549: 32-33; อ้างอิงจาก Kao. 1989. Entrepreneurship Creativity and Organization. pp. 97-98) เสนอแนวคิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไว้ 11 ด้าน ดังนี้ 1)พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม 2)ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต 3)เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4)ความริเริ่มและความรับผิดชอบ 5)การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ 6)ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน 7)ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ 8)อำนาจจากภายในตน 9)คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง 10)ความต้องการ

สถานภาพและ 11) ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำมาสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าอำนาจจำแนก ความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นที่ใช้ได้ ดังกรอบแนวคิดที่ต่อไปนี้จะแสดงในภาพประกอบ 1 ใช้ได้ ดังกรอบแนวคิดที่ต่อไปนี้จะ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการหาคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการศึกษาซึ่งจะรวมทั้งแนวความคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

- 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ
- 1.2 ธุรกิจและกิจการที่เลือกอันเหมาะสมสำหรับผู้เริ่มลงทุนรายใหม่
- 1.3 ความหมายขององค์การธุรกิจ
- 1.4 ประเภทของธุรกิจ
- 1.5 ความมุ่งหมายของการประกอบการ
- 1.6 ประเภทของผู้ประกอบการ
- 1.7 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

2. การตรวจสอบคุณภาพแบบวัด

- 2.1 การหาค่าอำนาจจำแนก
- 2.2 ความเที่ยงตรง
- 2.3 ค่าความเชื่อมั่น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 งานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ
- 3.2 งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการ

1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

มีผู้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้หลากหลาย เช่น พจนานุกรมภาษาอังกฤษ(Webster 's New World Dictionary of American Language) คำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึงบุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังกำไร (ชูชัย สมितिไกร. 2548: 31) สรุปว่าผู้ประกอบการ คือ ผู้สร้างธุรกิจของตนเอง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหารายได้และกำไร โดยการมองเห็นโอกาสที่จะผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใหม่ๆ แก่ผู้ที่มีความต้องการ ภายใต้สภาวะที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนความเป็นผู้ประกอบการมีลักษณะเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสเพื่อประกอบธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดี

ชนินทร์ ชุณหพันธรัภ (2543: 6-7) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผน การดำเนินงานกิจการด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่างๆ เพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

วุฒิชัย จงคำเนิ่งศีล (2547: 21) สรุปว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจของตนเองด้วยตนเอง พัฒนาจนเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในการจัดการ ความเสี่ยง การตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม กลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ และมีส่วนทำให้สังคมเจริญเติบโต

อีสิริช และปีเตอร์ (วุฒิชัย จงคำเนิ่งศีล. 2547: 20; อ้างอิงจาก Hisrich; & Peter. 1992. On Your Own : How to Start, Develop, and Manage A New Business. p. 9) กล่าวสรุปความหมายของผู้ประกอบการตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง บุคคลที่นำเอาทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ เงินทุนแรงงาน วัสดุ และทรัพย์สินต่างๆ มารวมกันเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงขึ้นกว่าเดิมและหมายถึงบุคคลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคิดค้นประดิษฐ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ในความคิดของนักจิตวิทยา ผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่มีพลังงานและแรงขับที่ต้องการทำงานอย่างตั้งใจแน่วแน่ ต้องการทดลอง มีความมุ่งมั่นมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จ โดยหลีกเลี่ยงการบังคับหรือการใช้อำนาจควบคุมจากบุคคลอื่น และในความหมายตามแนวทางของนักธุรกิจมองว่าผู้ประกอบการคือผู้แข่งขันที่น่ากลัว ก้าวร้าว ที่ผู้ประกอบการอย่างด้วยกันจะต้องหลีกเลี่ยงให้เป็นบุคคลที่พยายามค้นหาและพร้อมที่จะตอบสนองแก่กลุ่มผู้บริโภค ขณะที่ในสายตาของนักปรัชญาทุนนิยมมองว่าผู้ประกอบการคือบุคคลที่ก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการกินดีอยู่ดีแก่บุคคลอื่น เป็นผู้แสวงหาแนวทางที่ดีที่สุดจะนำทรัพยากรมาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุด และลดการสูญเสีย โดยการสร้างงาน สร้างความพอใจให้เกิดขึ้น

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคนอื่นๆ (2549: 42) ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการคือ บุคคลที่จัดตั้งองค์กร จัดการและรับผลของความเสี่ยงทางธุรกิจหรือกิจการ บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากต้องการความสำเร็จ หวังผลกำไรจากการดำเนินงานและความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และแนวทางในการจัดการธุรกิจ

ณัฐกา สงวนวงษ์ (2552: 13) ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการคือ ผู้ที่จุดประกายความคิดมองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะแสวงหาผลกำไร จึงริเริ่มประกอบธุรกิจของตนเองเป็นผู้สร้างและนำการเปลี่ยนแปลงเข้ามาสู่สังคม เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตที่ดีกว่าเดิม ช่องทางการตลาดใหม่ๆ รูปแบบการที่แปลกแตกต่าง ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่จัดหาปัจจัยการผลิต รวบรวมเงินทุน บริหารจัดการทรัพยากรทุกส่วนทั้งหมดที่มีอยู่พร้อมเผชิญกับสิ่งท้าทายและความเสี่ยงในการลงทุน มุ่งหวังให้เกิดผลกำไรและดำรงรักษาธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตต่อไปได้

จากความหมายที่ได้รวบรวมมาทั้งหมดผู้วิจัยจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการคือผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีการเรียนรู้หลักสูตรบริหารหรือเรียนอยู่คณะบริหาร มีความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่ความสำเร็จมีความคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีความกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจ มุ่งมั่นและตั้งใจทุ่มเททำงาน พยายามฝึกฝนเพื่อเอาชนะข้อบกพร่องและพัฒนาตนเองชอบทำงานท้าทายมีแรงจูงใจและทำงานได้สำเร็จดีกว่าเดิม มีการเตรียมพร้อมด้วยการศึกษากារวางแผนและด้านร่างกายอย่างเพียงพอ

1.2 ธุรกิจและกิจการที่เอื้ออำนวยเหมาะสมสำหรับผู้เริ่มลงทุนรายใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.) ได้ระบุถึงธุรกิจ เป็นกิจการที่เอื้ออำนวยเหมาะสมสำหรับผู้เริ่มลงทุนรายใหม่ดังจะเห็นได้ดังต่อไปนี้

1.2.1 ผู้สนใจลงทุนรายใหม่ ประสบการณ์ยังไม่มาก จึงเหมาะกับการลงทุนกิจการขนาดย่อมเพราะใช้เงินทุนมาสูง ถ้ามีการพลาดพลั้งเกิดขึ้น ความเสียหายคงมีไม่มากนักแต่ถ้ากิจการอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าก็จะเป็นฐานสำคัญของการเจริญเติบโตของประเทศต่อไป

1.2.2 การประกอบธุรกิจมีความเป็นอิสระเนื่องจากเจ้าของเป็นผู้บริหารงานและตัดสินใจด้วยตนเอง

1.2.3 ผู้ลงทุนอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือมีคนร่วมลงทุนด้วยไม่ก็คนเป็นผู้หาเงินมาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ

1.2.4 เจ้าของธุรกิจ ดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ในท้องที่เช่นเดียวกับลูกค้าและการตลาดมักจะเป็นการค้าปลีกโดยมียอดขายไม่สูงแต่พออยู่ได้

1.2.5 ธุรกิจที่ทำงานใหญ่จะใช้ฝีมือความสามารถส่วนตัวความถนัดในการดำเนินงาน เช่น ทำเบเกอรี่ ร้านตัดผม ตัดเสื้อผ้า ทำดอกไม้ประดิษฐ์ ตู้ซ่อมรถยนต์ ซ่อมจักรยาน ทำขนมขาย เปิดร้านอาหาร

1.2.6 ผู้ประกอบการมีอัธยาศัยดีต่อลูกค้าที่มาติดต่ออย่างรู้สึกอบอุ่นใจมีความคุ้นเคย สะดวกสบาย ใกล้เคียงบ้านบริการตั้งใจ ไม่จำกัดเวลาซึ่งธุรกิจขนาดใหญ่ไม่สามารถทำได้

1.2.7 ผู้ประกอบการมีความตั้งใจและปรารถนาอย่างแรงกล้า ที่จะทำงานนั้นให้สัมฤทธิ์ผลตามที่เห็นช่องทางพร้อมทั้งมีความกล้าเสี่ยงทำงานหนักทุ่มเทเสียสละ ผูกมัดเป้าหมายเพื่อผลสำเร็จของตนเอง

1.2.8 ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่หรือกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบรับช่วงการผลิตหรือเป็นแหล่งรวบรวมวัตถุดิบ

1.2.9 การดำเนินงานของธุรกิจมีต้นทุนต่ำ ใช้แรงงานในครอบครัว ไม่มีค่าล่วงเวลาไม่มีค่าคำปรึกษาแนะนำ หรือความช่วยเหลือที่สามารถตีมาเป็นต้นทุนได้ ส่วนต้นทุนสถานที่และค่าติดสื่อสารต่ำมาก ต้นทุนเหล่านี้ต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

1.2.10 ธุรกิจหรือกิจการมีความคล่องตัวในการบริหารงานและการตัดสินใจ เมื่อภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง หรือคำสั่งซื้อหลายประเภทแต่ละประเภทในปริมาณน้อย ก็สามารถปรับเปลี่ยนเทคนิคเครื่องจักร วัตถุดิบ หรือแรงงานได้คล่องตัว และรวดเร็วโดยไม่ต้องรอการตัดสินใจจากคนหลายคน

1.3 ความหมายขององค์การธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541: 251) ได้ให้ความหมายขององค์การคือ โครงสร้างที่ได้ตั้งขึ้นตามกระบวนการ โดยมีการรับพนักงานให้เข้ามาทำงานร่วมกันในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ หมายถึง กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มีความผูกพันกันซึ่งใช้ความหมายหรือความสามารถร่วมกันในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ หรือหมายถึง การจัดระเบียบให้กับบุคคลต่างๆ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เพราะฉะนั้นการจัดองค์การจึงหมายถึง ความพยายามของผู้บริหารที่จะต้องหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะมอบหมายงาน (delegation) และอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน (authority) โดยมีการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างระมัดระวัง

อุทัย หิรัญโต (2546: 28) ได้ให้ความหมายขององค์การธุรกิจ คือ กลุ่มคนที่ร่วมกันประกอบกิจการงานอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีการจัดระเบียบไว้

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2546: 6) ได้ให้ความหมายขององค์การธุรกิจ คือการรวมกลุ่มกันของคนเพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันในองค์การทั่วไปจึงต้องมีวัตถุประสงค์ (purpose) มีคน (people) และมีโครงสร้าง (structure) ในองค์การสมัยใหม่การดำเนินงานจะมีความยืดหยุ่น (flexible) มีการติดต่อสื่อสาร (communication) ทั้งถึงทั้งภายในและกับภายนอกองค์การ และมีความสามารถในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งปวง

บาร์นาร์ด (Barnard. 1970: 2) ได้ให้ความหมายขององค์การธุรกิจที่เป็นแบบแผน หมายถึง ความร่วมมือกันระหว่างบุคคลหลายคนซึ่งมีความตั้งใจจริงที่จะร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์

เอ็ดชอยนิ (Etzioni. 1996: 28) ได้ให้ความหมายขององค์การ หมายถึงหน่วยสังคมหรือกลุ่มบุคคลที่ตั้งขึ้นอย่างจงใจ เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่แน่นอนอย่างใดอย่างหนึ่ง

วรัธี ใหม่เจริญ (2550: 11) ได้ให้ความหมายขององค์การธุรกิจ หมายถึง การที่บุคคลร่วมกันจัดกิจกรรมขึ้นในรูปของหน่วยงานเพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ เช่น บริษัทจำกัด องค์การค้าคุรุสภาและกรมทะเบียนการค้า เป็นต้น

สรุปได้ว่า กิจกรรมที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการธุรกิจเป็นกระบวนการทั้งหมดของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิตด้วยแรงคนและเครื่องจักรให้เป็นสินค้าเพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการกิจกรรมของธุรกิจจึงรวมทั้งการผลิต การซื้อขาย การจำแนกแจกจ่าย สินค้าการขนส่งการธนาคารการอุตสาหกรรมและอื่น ๆ นั่นก็คือธุรกิจหมายถึงรวมถึงการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการประกอบอาชีพเฉพาะอย่าง

1.4 ประเภทของธุรกิจ

อนิวัช แก้วจางงศ์ (2550: 4-10) ได้กล่าวว่า การแบ่งประเภทของธุรกิจอาจทำได้ในหลายๆ ลักษณะด้วยกัน ในที่นี้ผู้เขียนได้ใช้เกณฑ์การแบ่งตามการประกอบอาชีพที่พบในประเทศไทย ดังนี้

1. ธุรกิจการเกษตร (Agricultural Business) กล่าวได้ว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยเนื่องจากเป็นแหล่งอาหารและวัตถุดิบ เป็นแหล่งรายได้แหล่งแรงงานและแหล่งตลาดของสินค้าอุตสาหกรรม ธุรกิจการเกษตรจึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เกือบทุกด้าน ดังนี้

1.1 ด้านกลีกรวม เป็นธุรกิจผลิตพืชอาหาร พืชอุตสาหกรรมและพืชสวนพืช อาหารนั้นประกอบด้วยพืชนา พืชไร่และพืชผัก ส่วนพืชอุตสาหกรรมเป็นพืชที่ผลิตเพื่อส่งเข้าโรงงานแปรรูปทั้งภายในและภายนอกประเทศและพืชสวนหมายถึงทั้งไม้ผลและไม้ดอกไม้ประดับ

1.2 ด้านปศุสัตว์ เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมการผลิตสัตว์เศรษฐกิจต่างๆ เช่น สุกร โค กระบือ ไก่เนื้อ ไก่ไข่ เป็ดและสัตว์ปีกอื่นๆ

1.3 ด้านประมง เป็นธุรกิจการผลิตประมงทะเลและประมงเพาะเลี้ยงทั้งน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย

1.4 ด้านป่าไม้ เป็นธุรกิจการผลิตไม้เพื่อใช้ในเชิงอุตสาหกรรม เช่น ไม้ยูคาลิปตัส ไม้สัก และไม้ยางพารา เป็นต้น ปัจจุบันหมวดนี้ได้ลดความสำคัญลงตามนโยบายของภาครัฐ

2. ธุรกิจการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม (Manufacturing) เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมในการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร เป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการโดยใช้เทคโนโลยีการแปรรูปต่างๆ เพื่อให้กลายเป็นสินค้าที่พร้อมจัดจำหน่ายในตลาดในสภาพสด ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารและไม่ใช่อาหาร โดยผ่านขั้นตอนต่างๆ จนไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย

2.2 ธุรกิจประเภทหัตถกรรมและงานฝีมือ เป็นงานศิลปะที่ต้องอาศัยความชำนาญและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน ดอกไม้ประดิษฐ์ การทอผ้า การทำตุ๊กตาการเจียรไนเพชรและพลอย เป็นต้น

2.3 ธุรกิจประเภทโรงงาน ซึ่งพบทั่วไปโรงงานขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ เช่น โรงงานผลิตน้ำตาล โรงงานทำขนม โรงงานผลิตรถยนต์ โรงงานเหล็ก โรงงานผลิตแอร์และโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ เป็นต้น

3. ธุรกิจเหมืองแร่ (Mining) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติประเภทแร่ธาตุ โลหะและอโลหะทุกชนิด ได้แก่ ถ่านหิน น้ำมัน เพชร พลอย ตะกั่ว ดีบุก เป็นต้น ธุรกิจเหมืองแร่ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการน้อยรายและส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่มีการลงทุนร่วมกับชาวต่างชาติ

4. ธุรกิจค้าส่ง (Wholesaling) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยการแลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายสินค้าต่อคราวละมากๆ ให้กับคนกลางด้วยกัน โดยไม่จำหน่ายให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายได้แก่ ธุรกิจค้าส่งเครื่องใช้ไฟฟ้า ค้าส่งยาและเวชภัณฑ์ ค้าส่งบุหรี่ย ค้าส่งผ้าและเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น

5. ธุรกิจค้าปลีก (Retailing) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าทีละเล็กทีละน้อยให้กับคนกลางทางธุรกิจหรือให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายก็ได้ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายยา ร้านขายอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น ปัจจุบันการจำแนกประเภทของธุรกิจค้าปลีกได้อีกหลายประเภท ดังนี้

5.1 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสายเดียว (Single Line Store) เป็นธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดที่เป็นสายผลิตภัณฑ์เดียวกันและสินค้ามีความสัมพันธ์กัน ตัวอย่างเช่น ร้านขายกระเป๋า ร้านรองเท้า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับและร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

5.2 ธุรกิจปลีกประเภทร้านค้าปลีกเฉพาะ (Specialty Store) เป็นธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่จำกัดชนิดของสินค้าที่จำหน่ายแต่จะมีสินค้าชนิดนั้นให้เลือกเป็นจำนวนมากตามความต้องการ ตัวอย่างเช่น ร้านจำหน่ายเนคไทและร้านจำหน่ายผ้าไหม เป็นต้น

5.3 ธุรกิจค้าปลีกประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ด (Variety Store) เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้ามากมายหลากหลายชนิดแต่ละชนิดมีราคาไม่แพงและใช้กันเป็นประจำในครัวเรือน ตัวอย่างเช่น ของใช้ประจำวัน เครื่องเขียนและเครื่องครัว เป็นต้น

5.4 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสรรพสินค้า (Department Store) เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ และมีร้านค้าเฉพาะอย่างหลายๆ ร้านอยู่ภายใน จึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องจากมีสินค้าทุกประเภทตามความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเรียกได้ว่าเป็นการให้บริการแบบ one stop shopping คือมาครั้งเดียวสามารถซื้อสินค้าได้ทุกประเภทตามความต้องการ ตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้าไดอานา โรบินสัน เซ็นทรัลและเดอะมอลล์ เป็นต้น

5.5 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสรรพอาหาร (Supermarket) เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันเช่นกันโดยรู้จักในชื่อของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากเป็นร้านสะดวกลูกค้าสามารถเลือกซื้อหาสินค้าได้ด้วยตัวเอง (Self Service) ตัวอย่างเช่น ที่อ็อปซูเปอร์มาเก็ตและฟู๊ดแลนด์ เป็นต้น

5.6 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) เป็นธุรกิจร้านค้าแบบบริการตนเองโดยทั่วไปจะมีที่ตั้งในแหล่งชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวก สินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน สินค้ามีราคาค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับร้านค้าประเภทอื่นๆ ตัวอย่างเช่น แฟมิลี่มาร์ทเซเว่นอีเลฟเว่นและร้าน 108 เป็นต้น

5.7 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าให้ส่วนลด (Discount Stores) เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไป มีการให้ส่วนลด นั่นคือจำหน่ายสินค้านั้นต่ำกว่าร้านค้าปลีกอื่นๆ เพื่อจูงใจลูกค้าและมุ่งจำหน่ายเป็นจำนวนมาก พบเห็นได้ทั่วไปในแหล่งชุมชนและในตัวเมืองตามจังหวัดต่างๆ

5.8 ธุรกิจบริการ (Service) เป็นการดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้าที่มีมากมายและไม่สิ้นสุด โดยสามารถคิดค้นการให้บริการในรูปแบบต่างๆและดำเนินการในรูปแบบธุรกิจได้ง่ายแบบไม่จำกัด โดยทั่วไปมักพบธุรกิจบริการควบคู่กับธุรกิจการผลิตทั้งในเชิงการเกษตรและอุตสาหกรรม ตัวอย่างธุรกิจบริการที่พบในปัจจุบัน ดังนี้

5.9 ธุรกิจบริการทางการศึกษา (Educational Service) ได้แก่ สถานฝึกอบรม โรงเรียน พาณิชยการ เทคโนโลยี วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย เป็นต้น

5.10 ธุรกิจการคมนาคม (Transformations) ได้แก่ การคมนาคมทางรถไฟ เรือ รถโดยสาร รถแท็กซี่และเครื่องบิน เป็นต้น

5.11 ธุรกิจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย (Shelter) ได้แก่ บ้านเช่า หอพัก อพาร์ตเมนต์เกสต์เฮาส์ และโรงแรม เป็นต้น

5.12 ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและอนามัย (Healthy) ได้แก่ ธุรกิจนวดแผนโบราณ สถาน์อนามัย สถานพยาบาล คลินิกและโรงพยาบาล เป็นต้น

5.13 ธุรกิจบริการโทรคมนาคม (Telecommunication ServiceBusiness) ได้แก่ ไปรษณีย์ องค์กรโทรศัพท์

5.14 ธุรกิจบริการข้อมูล (Information Business) ได้แก่ ธุรกิจนักสืบ สำนักงานบัญชี สำนักจัดหางานและธุรกิจที่ปรึกษา เป็นต้น

5.15 ธุรกิจสถานบริการเพื่อความบันเทิง (Entertainment Business) ได้แก่ สวนสนุกโรงภาพยนตร์ ภัตตาคารและดิสโก้เทค เป็นต้น

5.16 ธุรกิจการเงิน (Financial Institute) ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เป็นต้น

5.17 ธุรกิจประกันภัย (Insurance Business) ได้แก่ บริษัทประกันภัย

5.18 ธุรกิจเกี่ยวกับกีฬา (Sport Business) ได้แก่ สโมสรฟุตบอล ธุรกิจบริการสระว่ายน้ำ สนามยิงปืน สนามมวย สนามเทนนิสและฟิตเนส เป็นต้น

5.19 ธุรกิจบริการก่อสร้าง (Construction Business) ได้แก่ บริษัทก่อสร้าง

5.20 ธุรกิจบริการอื่นๆ (Others) ได้แก่ ธุรกิจบริการที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ เช่น ร้านตัดเสื้อ ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ร้านขายรถ รับจ้างขนย้าย รับออกแบบ ตกแต่ง และรับจ้างเจาะบาดาล เป็นต้น

1.5 ความมุ่งหมายของการประกอบการ

สมคิด บางโม (2553: 2-3) ได้กล่าวว่า การประกอบการหรือการประกอบธุรกิจมีจุดมุ่งหมายหลายประการ อาจจำแนกได้ดังนี้

1. แสวงหากำไร
- 2.สนองความต้องการของตนเอง เช่น อยากรับอิสระไม่เป็นลูกจ้างใคร อยากร่ำรวย เป็นต้น
3. สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม การประกอบธุรกิจมีโอกาสสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมได้มากกว่า

4. ความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ

1.6 ประเภทของผู้ประกอบการ

อำนาจ ธีระวนิช (2549: 46-50) ได้กล่าวว่า ในการพิจารณาถึงประเภทของผู้ประกอบการนั้น สามารถพิจารณาได้หลายมิติ ทั้งจากประเภทของบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการและลักษณะของกิจการ ดังนั้นเพื่อให้มีมุมมองเกี่ยวกับประเภทของผู้ประกอบการได้กว้างขึ้น ในส่วนนี้จึงแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ก่อตั้งกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารและผู้ซื้อสิทธิพิเศษ ในความหมายของผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ก่อตั้ง(Founder Entrepreneur) ถือเป็น ผู้ประกอบการที่แท้จริง เนื่องจากเป็นผู้เริ่มก่อตั้งกิจการ จากการมองเห็นถึงช่องทางธุรกิจและใช้ ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ปรับปรุงเพื่อนำเสนอต่อตลาด ซึ่งผู้ก่อตั้งกิจการอาจเป็นช่างฝีมือที่มี ทักษะและเริ่มกิจการโดยใช้ทักษะในวิชาชีพของตนเอง หรือโดยการแสวงหาความต้องการของตลาด และเริ่มกิจการใหม่ หลังจากได้ก่อตั้งกิจการขึ้นมาแล้ว การดำเนินกิจการอาจสืบทอดไปถึงรุ่นลูกหลาน ที่เป็นสมาชิกครอบครัว หรือกิจการอาจขายให้กับผู้อื่นเพื่อดำเนินธุรกิจต่อ ซึ่งผู้ที่เข้ามาประกอบการใน 2 กรณีหลังนี้ถือเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหาร (Administrative Entrepreneur) เพราะเป็นผู้ที่เข้ามา ประกอบการในกิจการที่ได้ดำเนินงานไปเรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตามความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการที่เป็น ผู้ก่อตั้งกับผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารอาจไม่ชัดเจน เนื่องจากในบางกรณีที่กิจการเติบโตอย่างรวดเร็วจากธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการก็ยังคงปฏิบัติงานเหมือนกับในช่วงแรกแทนที่จะเป็นแบบผู้บริหาร หรือผู้จัดการอาชีพ ส่วนสำหรับผู้ซื้อสิทธิพิเศษทางการค้า จะมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการที่เป็น ผู้บริหารตรงที่ระดับของความเป็นอิสระในการดำเนินกิจการจะน้อยกว่า เพราะผู้ซื้อสิทธิพิเศษทาง การค้าต้องปฏิบัติตามภายใต้ข้อกำหนดในสัญญาสิทธิพิเศษ (Franchise Contract)

ผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือกับผู้ประกอบที่แสวงหาโอกาส เนื่องจากผู้ประกอบการ แต่ละคนอาจจะมีพื้นฐานแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้มีความเชี่ยวชาญและวิธีการจัดการที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการวิเคราะห์ปัญหาและการตัดสินใจ ซึ่งนอร์แมน อาร์สมิท(Norman R. Smith) ได้แบ่ง ผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือ (Artisan Entrepreneur) กับ ผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส (Opportunistic Entrepreneur) กล่าวคือผู้ประกอบการที่เป็นช่างฝีมือ คือผู้ที่มีทักษะทางเทคนิคและใช้ทักษะนั้นๆ เป็นช่องทางในการเริ่มกิจการ ผู้ประกอบการประเภทนี้ โดยทั่วไปจะมีความรู้และทักษะทางธุรกิจไม่มากนัก และมักมีวิธีการตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนี้

- การจัดการธุรกิจเหมือนกับการปกครองในครอบครัวแบบพ่อปกครองลูก กล่าวคือ กำหนดแนวทางธุรกิจเหมือนกับที่ใช้กำหนดแนวทางให้กับสมาชิกครอบครัว

- มักไม่ค่อยยินยอมที่จะมอบหมายอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจให้กับผู้อื่น
- การสร้างกิจการใช้ทรัพยากรเงินทุนน้อย (ปกติมาจากคนเดียวหรือสองคน)

เนื่องจากยึดถือว่าการเกิดจากทักษะทางเทคนิคของตน ดังนั้นจึงไม่ต้องการให้กิจการเป็นของผู้อื่น

- กลยุทธ์การตลาดเน้นองค์ประกอบแบบเดิม คือเน้นไปที่ราคา คุณภาพและความ เชื่อถือในกิจการ

- การกระตุ้นการขาย เน้นไปที่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเป็นหลัก
- มุมมองด้านเวลา เน้นระยะสั้นและมีการวางแผนเพื่ออนาคตหรือการเปลี่ยนแปลง

เพียงเล็กน้อย

ในทางตรงกันข้ามผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส คือบุคคลที่มีทั้งทักษะการจัดการและความรู้ทางเทคนิคในการเริ่มกิจการ ผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาสมักหลีกเลี่ยงการจัดการแบบพอปครองลูก มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ เมื่อมีความจำเป็นต่อการเติบโตของกิจการ กลยุทธ์การตลาดและการขายอยู่ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนระดมเงินทุนจากหลายแหล่งในการเริ่มกิจการ และมีการวางแผนสำหรับการเติบโตในอนาคต

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิง แม้ว่าโดยทั่วไปเพศชายจะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจ แต่ปัจจุบันผู้หญิงเป็นจำนวนมากได้เข้ามาเป็นผู้บุกเบิกและเริ่มกิจการของตนเอง จากข้อมูลในสหรัฐอเมริกา ธุรกิจประมาณ 9.1 ล้านกิจการ ดำเนินการโดยผู้หญิงหรือประมาณร้อยละ 38 ของกิจการทั้งหมด

ทีมผู้ประกอบการ การประกอบกิจการในปัจจุบัน มีการใช้ทีมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Team) ในสัดส่วนที่สูงมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจที่ความสำเร็จของกิจการมีความจำเป็นที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะทางและทรัพยากรต่างๆ ทำงานร่วมกัน ซึ่งทีมผู้ประกอบการประกอบด้วยบุคคลมากกว่า 2 คนที่ใช้ทักษะเฉพาะและความพยายามร่วมกันในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการ ดังนั้นในกรณีนี้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ จึงเกิดจากการนำความสามารถพิเศษ ทักษะและทรัพยากรของทีมผู้ประกอบการมาผนึกกำลัง

ผู้ประกอบการที่เป็นสามีและภรรยา ผลจากการศึกษาพบว่าในกิจการที่ผู้ประกอบการเป็นสามีภรรยา (Copreneur) ทำงานร่วมกันนั้น ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการทำงานร่วมกันของสามีภรรยา ก่อให้เกิดการแบ่งงานกันทำบนพื้นฐานความชำนาญ อันเกิดจากความแตกต่างกันในด้านเพศได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการที่เป็นหนุ่มสาว คนรุ่นใหม่ในยุคนี้มีความโน้มเอียงต้องการกำหนดชะตาชีวิตของตนเองมากยิ่งขึ้น และส่วนหนึ่งประกอบอาชีพครั้งแรกโดยการก่อตั้งกิจการของตนเองขึ้น ซึ่งผลจากการศึกษาของ แบบสัน คอลเลจ (Babson College) พบว่าสมาชิกในยุค X (เกิดในช่วง 1965-1976) เริ่มกิจการใหม่มากกว่ากลุ่มคนอายุอื่นๆ ถึง 3 เท่า นอกจากนั้นสมาชิกในยุคนี้ประมาณร้อยละ 80 ใช้วิธีการเริ่มกิจการใหม่ทั้งหมด ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ายุค X เป็นยุคที่มีผู้เข้ามาประกอบกิจการมากที่สุดในประวัติศาสตร์ แม้แต่วัยรุ่นและผู้ที่มีอายุ 20 ปีต้นๆ (เกิดหลังปี 1982) ก็มีความสนใจอย่างสูงในการประกอบกิจการของตนเอง

ผู้ประกอบการที่ทำงานไม่เต็มเวลา ในปัจจุบันการเริ่มธุรกิจแบบไม่เต็มเวลาถือเป็นวิถีการที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่ทำงานไม่เต็มเวลา (Part-Time Entrepreneur) อาจทำในสิ่งที่ดีที่สุดในทั้งสองด้านได้เช่นกัน ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้อาจเข้าไปประกอบกิจการของตน โดยไม่ยอมสูญเสียความมั่นคงในงานประจำและผลตอบแทนที่มีอยู่เดิม ซึ่งประโยชน์ที่สำคัญในการประกอบแบบไม่เต็มเวลา คือมีความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพต่ำ เนื่องจากยังมีอาชีพเดิมอยู่นอกจากนั้นยังทำให้ผู้ประกอบการใช้เวลาในช่วงนี้ทดสอบธุรกิจของตน ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าไปประกอบการแบบเต็มตัว

ผู้ประกอบการกิจการที่บ้าน การประกอบกิจการที่บ้านเป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับค่านิยมอย่างแพร่หลายอีกเช่นกัน ในสหรัฐอเมริกากิจการร้อยละ 35 ดำเนินธุรกิจที่บ้าน ในจำนวนนี้เป็นกิจการขนาดเล็กมากจนถึง ไม่มีบุคลากรเลยประมาณร้อยละ 80 ในการประกอบกิจการที่บ้านนั้นมีข้อดีหลายประการที่ผู้ประกอบการเลือกเป็นที่ตั้งกิจการ ได้แก่

- ต้นทุนในการก่อตั้งและการดำเนินงานต่ำสุด
- ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่นในเรื่องแบบแผนการดำเนินชีวิตและงานมากขึ้น
- ในปัจจุบันเทคโนโลยีสมรรถนะอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการดำเนิน

ธุรกิจที่บ้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งในอดีตการดำเนินธุรกิจที่บ้านจะมีความยุ่งยาก โดยเฉพาะในการผลิตสินค้า แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีระดับสูง มีส่วนช่วยให้การประกอบกิจการมีความสะดวกมากขึ้น จนสามารถสร้างยอดขายได้ในระดับสูงซึ่งแบ่งเป็นขนาดธุรกิจประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จีดีพี มีมาก ฉัดยาพร เสมอใจ และคมกฤษ ปีติฤกษ์ (2552: 20-21) ได้กล่าวว่า ถึงแม้ประเทศไทยจะให้อิสระแก่วิสาหกิจเอกชนในการประกอบกิจการในระดับหนึ่งแต่ก็มิได้หมายความว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเลือกประกอบธุรกิจของตนเองทั้งหมด นอกจากข้อจำกัดลักษณะของแต่ละอุตสาหกรรมแล้ว โดยทั่วไปการประกอบธุรกิจจะต้องศึกษาความพร้อมของทรัพยากร เช่น เงินทุน แรงงาน เครื่องจักร และวัตถุดิบ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างข้อจำกัดในการลงทุนโดยอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรการดำเนินงานมากและซับซ้อน ก็จะมีอุปสรรคต่อการเริ่มต้น ทำให้ธุรกิจไม่สามารถก่อตัว หรือเข้าแข่งขันกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าได้สะดวก อย่างไรก็ตาม เราสามารถจัดกลุ่มของธุรกิจเป็น 4 ประเภทต่อไปนี้ 1) การบริการ (Services) ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากได้รับความนิยมในการลงทุนและเติบโตเร็วที่สุด เนื่องจากไม่ต้องใช้ทรัพยากรการดำเนินงานในปริมาณมาก สามารถจัดตั้งได้ไม่ยาก ตลอดจนสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มจากธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ก่อนหน้า นอกจากนี้การบริการยังเป็นภาคอุตสาหกรรมสำคัญในสังคมโลกาภิวัตน์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวมและแรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมนี้ 2) การค้าปลีก (Retailing) เป็นการขายผลิตภัณฑ์โดยบุคคลอื่นให้แก่ผู้บริโภค (Consumer) การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่นิยมทำกัน เนื่องจากสะดวกต่อการจัดตั้ง และผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรการดำเนินงานที่มีอย่างจำกัด ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การค้าส่ง (Wholesaling) เป็นธุรกิจที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมากแล้วทำการจัดเก็บและจัดสรรเพื่อขายต่อไปให้กับผู้บริโภคต่อไป โดยผู้ค้าส่งจะซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก แล้วทำการจัดเก็บและจัดสรรเพื่อขายต่อไปให้ผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง ถ้ามีการจัดระบบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การค้าส่งก็มีได้ใช้แรงงานในปริมาณมาก และสามารถจัดการได้ด้วยคนเพียงไม่กี่คน จึงเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับค่านิยมจากผู้ประกอบการ 4) การผลิต (Manufacturing) ถ้าเปรียบเทียบกับธุรกิจทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมาการผลิตนับเป็นธุรกิจที่ยากสำหรับธุรกิจในการแข่งขัน โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งอุตสาหกรรมผลิตขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณมหาศาล เช่น อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ เหล็กกล้า ปูนซีเมนต์ หรือปิโตรเคมี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจนั้นก็ยังมีความเป็นไปได้ในอุตสาหกรรมการผลิต เช่น การผลิตชิ้นส่วนที่จะใช้ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือการผลิตภัตตาคารที่มีความชำนาญและต้องอาศัยเทคนิคพิเศษ เป็นต้น

1.7 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

การที่ผู้ประกอบการต้องการรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ตลอดจนต้องนำพากิจการให้บรรลุจุดมุ่งหมายในด้านกำไรและการเติบโต โดยแสวงหาโอกาสหรือช่องทางธุรกิจจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด จากที่กล่าวข้างต้นในการเป็นผู้ประกอบการที่ดีอย่างน้อยๆ บุคคลนั้นๆ ต้องมีลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลจำนวนหนึ่งที่เหมาะสม ซึ่งจากการทบทวนผลจากการวิจัยต่างๆ จอห์น คาโอ (อานาจ วีระวนิช, 2549: 34-39; อ้างอิงจาก John J. Kao Entrepreneurship, Creativity; & Organization, 1989) ซึ่งให้เห็นถึงลักษณะร่วมที่เป็นโฉมหน้าของผู้ประกอบการ 11 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. พันธะ ความมุ่งมั่นและความพยายาม (Total Commitment, determination, and perseverance) หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าเหนือลักษณะอื่นๆ คือการอุทิศตนต่อความสำเร็จในการประกอบการ ซึ่งทำให้สามารถเอาชนะต่ออุปสรรคและความพ่ายแพ้ทั้งปวงคุณลักษณะความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่และการไม่โอนอ่อนต่อพันธะที่มีต่อความสำเร็จ ทำให้ผู้ประกอบการฝ่าอุปสรรคที่คนจำนวนมากเห็นว่ายากต่อการที่จะเอาชนะ

2. ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต (Drive to achieve and grow) หมายถึง คนจำนวนมากมักคิดว่าเงินคือปัจจัยผลักดันในการเข้ามาประกอบการแต่โดยข้อเท็จจริงแล้ว ความต้องการความสำเร็จถือเป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการซึ่งเมื่อพิจารณาในประเด็นนี้จึงเป็นเพียงองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่เป็นสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จเท่านั้น ในทางจิตวิทยาพบว่าบุคคลแต่ละคนจะมีระดับความต้องการความสำเร็จแตกต่างกันไปในบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จในระดับต่ำ มักเป็นพวกที่พอใจกับสถานภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันในทางตรงกันข้ามสำหรับบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จในระดับสูง บุคคลในกลุ่มนี้มักชอบที่จะแข่งขันเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้และมีความพอใจต่อความรับผิดชอบในงานที่ทำ ซึ่งแรงผลักดันอันเกิดจากความต้องการความสำเร็จนี้ ทำให้บุคคลมีความทะเยอทะยานและการริเริ่มกิจการของตนเองถือเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้

3. เน้นโอกาสและเป้าหมาย (Opportunity and goal orientation) หมายถึงลักษณะที่มีความชัดเจนอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ ได้แก่การเน้นที่โอกาสมากกว่าทรัพยากร โครงสร้างและกลยุทธ์ กล่าวคือผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่เริ่มธุรกิจจากโอกาสและนำความเข้าใจเกี่ยวกับโอกาสเป็นแนวทางในการดำเนินงานในกิจกรรมที่สำคัญๆ ตามมา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่เน้นเป้าหมายเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสอย่างเต็มที่ ซึ่งการกำหนดเป้าหมายอย่างท้าทายจะทำให้เกิดความกระตือรือร้นและช่วยในการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

4. ความริเริ่มและความรับผิดชอบ (Taking initiative and personal responsibility) หมายถึงผู้ประกอบการคือผู้ที่มีความคิดเห็นอย่างอิสระและมีความเป็นนักนวัตกรรมในตัวเองสูง นักวิจัยส่วนใหญ่ยอมรับว่าผู้ประกอบการที่มีประสิทธิผลจะทำการค้นหาริเริ่มสิ่งต่างๆ อย่างแข็งขัน นอกจากนั้นในการประกอบการให้ประสบผลสำเร็จนั้น บุคคลที่เป็นผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความรับผิดชอบส่วนบุคคลในระดับสูงต่อผลลัพธ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งในความรับผิดชอบดังกล่าวรวมถึงเงินทุนของตนเองและผู้อื่น บุคลากร ลูกจ้างผู้จัดหาและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการไม่มีความต้องการที่จะรับผิดชอบแล้วผู้ประกอบการก็คงขาดแรงกระตุ้นในการดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ และในที่สุดการดำเนินกิจการจะไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ (Persistent problem solving) หมายถึงผู้ประกอบการที่ไม่ใช่เป็นผู้ยอมจำนนต่อสถานการณ์ที่ยากลำบากในความเป็นจริงความเชื่อมั่นตนเองและการมองโลกในแง่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติว่า “เป็นไปได้ที่จะทำอะไรไม่สำเร็จ” ผู้ประกอบการไม่ใช่ผู้ที่ทำอะไรอย่างไร้จุดหมาย และบ้าบิ่นอย่างไม่ยอมผ่อนปรนต่อปัญหาหรืออุปสรรคที่ขัดขวางการดำเนินธุรกิจ ถ้างานนั้นๆ เป็นงานที่ง่ายอย่างแทบไม่น่าเชื่อหรือเป็นงานที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ผู้ประกอบการมักจะหยุดทำ เมื่อเทียบกับคนกลุ่มอื่นๆ กล่าวคือ ปัญหาที่ง่ายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อหน่ายและสำหรับปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ก็ไม่มีเหตุผลอันควรที่ต้องสูญเสียเวลาไปโดยใช่เหตุ แม้ว่าผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่แก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อแต่ก็เป็นผู้มีเหตุผลในการจำแนกว่าสิ่งใดทำได้หรือไม่ได้ และตระหนักดีว่าที่ใดตนสามารถแก้ไขปัญหาที่ยุงยากได้ แต่ไม่ใช่เป็นผู้หลีกเลี่ยงงาน

6. ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน (Realism and a sense of humor) หมายถึงในช่วงเริ่มกิจการผู้ประกอบการมักต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆ จนนำไปสู่ความเครียดหรือความไม่แน่นอนในสถานการณ์นั้นๆ เป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไปเพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ อย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังนั้นแรงกดดันยิ่งต้องมีเพิ่มมากขึ้น

7. การค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ(Seeking and using feedback) หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีประสิทธิผล มักมีคำกล่าวอ้างว่าเป็นผู้ที่เรียนรู้สิ่งต่างๆ อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไม่เหมือนกับคนทั่วไป โดยเป็นผู้มีความต้องการอย่างแข็งขันที่จะเป็นผู้รู้จักคิดในการทำในสิ่งที่ดีและมีวิธีการในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน ซึ่งในความพยายามที่จะทำในสิ่งเหล่านี้อย่างมุ่งมั่น ผู้ประกอบการต้องค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ ดังนั้นข้อมูลป้อนกลับจึงเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้จากความผิดพลาดและอุปสรรคต่างๆ

8. อำนาจภายในตน (Internal Locus of control) หมายถึง ผู้ประกอบการต้องการอำนาจหน้าที่ที่จะกระทำในสิ่งที่มีความสำคัญเท่านั้น และมีความกระตือรือร้น พลังและอำนาจภายในตัวสูงกว่าคนอื่น ๆ ผู้ประกอบการจะให้ความพยายามทั้งหมดที่ตนมีอยู่ทุ่มเทให้กับกิจการอย่างแทบไม่น่าเชื่อทั้งความคิดและการทำงาน ยากที่จะพบเห็นในบุคคลทั่วไป

9. การคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง(Calculated risk-taking and risk-seeking) หมายถึงในการตัดสินใจเปิดกิจการใหม่ผู้ประกอบการต้องคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการมักคำนึงถึงโอกาสที่จะเป็นไปได้และพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับจากการประกอบการอาจแบ่งออกได้หลายประการด้วยกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง ผู้ประกอบการจะมีความเสี่ยงทางการเงิน แต่ถ้าผู้ประกอบการลาออกจากงานเดิมที่ทำอยู่ผู้ประกอบการจะมีความเสี่ยงด้านอาชีพ นอกจากนี้ ความเครียดและเวลาที่ผู้ประกอบการทุ่มเทไปในการเริ่มและดำเนินธุรกิจอาจสร้างปัญหาให้กับครอบครัวได้

10. ความต้องการสถานะภาพและอำนาจ (Low need for status and power) หมายถึง ผู้ประกอบการมีแนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นที่อนาคต การสร้างทีม อะไรก็ตามที่กิจการสามารถเป็นไปได้ ประกอบกับบุคลิกภาพที่ต้องการความมีอิสระดูมีอำนาจภายในตัว จึงถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่อยู่เบื้องหลังผู้ประกอบการ

11. ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) หมายถึง คุณธรรมและความน่าเชื่อถือ คือสิ่งที่เชื่อมผืนกันจนก่อให้เกิดความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งนักลงทุน หุ้นส่วน ลูกค้าและเจ้าหน้าที่ต่างต้องการคบกับบุคคลที่มีลักษณะแบบนี้เหมือนกัน กล่าวคือคุณธรรมและความน่าเชื่อถือช่วยสร้างและรักษาความไว้วางใจและความเชื่อมั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพบว่าลักษณะทั้ง 2 ประการนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ศิริลักษณ์ หาญวัฒนานุกุล. 2543: 8-10; อ้างอิงจาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2531) กำหนดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไว้ 21 ประการ ดังนี้

1. กล้าเสี่ยง ผู้ประกอบการมักจะชอบทำงานที่ทำทลายความรู้ความสามารถไม่ภูมิใจในงานที่ง่าย แต่จะชอบงานที่ต้องการมีการเสี่ยงระดับปานกลาง ซึ่งประเมินได้ว่าสามารถทำให้สำเร็จได้
2. มุ่งมั่นต่อความสำเร็จ ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มุ่งมั่นที่จะใช้สติปัญญาพลังความสามารถที่มีอยู่ทั้งหมดทำงานให้บรรลุผลสำเร็จเพื่อขยายกิจการ ส่วนกำไรของธุรกิจเป็นการจัดผลการทำงานเท่านั้น
3. ผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายแล้วจะวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคเพื่อเตรียมที่จะเอาชนะอุปสรรคนั้นจนประสบความสำเร็จ
4. สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการต้องสามารถชักจูงเพื่อโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น เพื่อให้ได้รับความช่วยเหลือร่วมมือได้อีกด้วย
5. ยืนหยัดต่อสู้และทำงานหนัก ผู้ประกอบการจะพยายามทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มความสามารถ จะยืนหยัดและทำงานหนัก แม้ว่าจะมีปัญหาและแข็งกล้าขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่มีความกดดัน
6. กระตือรือร้นและไม่อยู่นิ่ง ผู้ประกอบการเต็มไปด้วยพลังงาน มักจะทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวันและจะไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับงานประจำ
7. เรียนรู้จากประสบการณ์ ผู้ประกอบการจะนำความรู้ ประสบการณ์ และผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในอดีต เพื่อมาประยุกต์ใช้ในอนาคตเพื่อให้ได้ผลดีกว่าเดิม
8. มีความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการจะรับผิดชอบต่องานอย่างเต็มที่ จะเป็นผู้นำริเริ่มและลงมือกระทำ หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำในความดูแลและจะรับผิดชอบต่อเต็มที่ในผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจไม่ว่าผลนั้นดีหรือไม่
9. เชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประกอบการจะเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งพาตนเอง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงชอบทำงานหนัก มีความทะเยอทะยาน และชอบการแข่งขัน
10. แสวงหาความรู้เพิ่มเติม ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขนขวายหาความรู้เพิ่มเติมทั้งความรู้ที่ต้องใช้ในการทำงานและความรู้ทั่วไป ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม กฎหมาย และอื่นๆ เพื่อใช้วิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างถูกต้อง
11. มีความสามารถในการบริหาร ผู้ประกอบการจะต้องมีลักษณะผู้นำและมีความสามารถในการบริหารงานในระยะของการดำเนินกิจการ ผู้ประกอบการจะควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้นจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหาร โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้ผู้อื่นเพื่อที่จะมีเวลามากขึ้นในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

12. มีความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ไม่พอใจสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบเดิมและจะนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม

13. สามารถปรับสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการต้องสามารถปรับสภาพแวดล้อมให้ เป็นไปตามที่ต้องการ โดยใช้ความรู้ความสามารถในการผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย

14. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก ผู้ประกอบการจะทำงานในปัจจุบันให้ดีที่สุด โดยพยายามแก้ปัญหาทุกอย่างที่เกิดขึ้น จะคำนึงถึงอนาคตก็เฉพาะจุดมุ่งหมายที่ต้องการ สามารถวางแผนการทำงานได้อย่างรอบคอบ ความภูมิใจในความสำเร็จในอดีตเป็นเพียงส่วนช่วยให้เกิดความ มั่นใจในการทำงาน

15. ตั้งความหวังไว้กับผู้ร่วมงานตามความเหมาะสม ผู้ประกอบการมักมุ่งหวังความสำเร็จในการทำงานไว้สูง จึงผลักดันให้ผู้อื่นทำงานหนักเพื่อที่จะประสบความสำเร็จเหมือนตนเอง ดังนั้นการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดกับผู้ร่วมงานจะแตกต่างกันไปตามระดับความมั่นใจที่มีต่อแต่ละคน

16. การตัดสินใจและมีความมานะพยายาม เมื่อผู้ประกอบการได้ศึกษาข้อมูลอย่าง ถ่องแท้แล้ว จะต้องเชื่อมั่นในตนเอง กล่าวตัดสินใจและมุ่งทำงานเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย

17. ไม่ทำอะไรเกินตัว ผู้ประกอบการต้องรู้จักประมาณตนเองตามความเป็นจริง เช่น การประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจและความรู้ความสามารถด้านเทคนิคตามสภาพความจริง เป็นต้น

18. สร้างความร่วมมือในการแข่งขัน ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะไม่ดำเนิน ธุรกิจในรูปแบบที่ทำให้เกิดคู่แข่ง แต่จะร่วมมือสร้างสรรค์และพึ่งพาอาศัยในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดด้วยกันทั้งกลุ่ม

19. มีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ต้องซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้าน คุณภาพของสินค้า สร้างความเชื่อถือของตนเองในการกู้ยืมเงินด้วยการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร

20. ประหยัด ผู้ประกอบการต้องประหยัดไว้เพื่อขยายกิจการในอนาคต จึงต้องยับยั้ง ความสุข ความสบายส่วนตัวไว้ก่อน เพื่อใช้เงินทุนขยายกิจการในอนาคต

21. รับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการต้องพึ่งพาอาศัยสังคมในรูปแบบของผู้บริโภค สินค้าและบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการช่วยเหลือสังคมเพื่อให้ได้ผลกลับมาสู่ธุรกิจมากที่สุด

เบนเฟ (Banfe, 1999: 7) อธิบายคุณลักษณะของผู้ประกอบ ประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1. เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งธุรกิจด้วยตนเอง หรือรับต่อธุรกิจของครอบครัว
2. เป็นบุคคลที่มาจากทุกระดับชั้นการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาจนกระทั่งปริญญาเอก
3. มีความกล้าที่จะใช้วิทยาการใหม่ๆ ได้อย่างดี

4. มีความรู้สึกกล้าหาญและอดทนต่อโอกาสทางการตลาด ซึ่งการทำสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดนั้น อาจจะไม่เป็นที่รู้จักของบุคคล อาจจะทำให้มีความสูญเสียบ้างเล็กน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจและอดทนต่อไปจนกว่าสินค้าจะติดตลาด เป็นต้น

5. เป็นบุคคลที่ลงมือปฏิบัติทันที เมื่อคิดว่าจะทำสิ่งใด

6. เป็นบุคคลที่อยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะต้องรู้จักความสามารถของตนเอง และรู้จักผู้อื่น โดยเฉพาะลูกค้าเป็นสำคัญ

7. มีความมุ่งมั่น โดยอาจจะรับจากการเริ่มต้นจากสิ่งเล็กน้อยจนเป็นการขยายกิจการขนาดใหญ่ขึ้นมาได้

8. เป็นบุคคลที่อยู่ง่ายกินง่าย และไม่ทำเพื่อคนอื่น แต่ตัวเองจะทำเพื่อตนเองและฟังตนเองเสมอ

9. มีแรงจูงใจ และมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

คูราโทและฮ็อดเก็ตส์ (Kuratko; & Hodgetts. 1995: 4) กล่าวถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีลักษณะดังนี้

1. ริเริ่มด้วยตนเอง (Personal Initiative)

2. กล้าเสี่ยง (Risk Taking)

3. ก้าวรุก (Aggressiveness)

4. แข่งขัน (Competitiveness)

5. มุ่งเป้าหมาย (Goal-Oriented Behavior)

6. มีความเชื่อมั่น (Confidence)

7. แสวงหาโอกาส (Opportunistic Behavior)

8. มีความหยั่งรู้ (Intuitiveness)

9. อยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง (Reality-Based Action)

10. สามารถเรียนรู้จากความผิดพลาด (the Ability to Learn From Mistake)

11. ความสามารถในการใช้ทักษะมนุษยสัมพันธ์ (The Ability to Employ Human

Relation Skills)

ซิมเมอร์เรอร์และสคาร์โบราฟ (Zimmerer; & Scarborough. 1996: 6-7) สังเคราะห์คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการดังนี้

1. มีความคิดพิจารณาไตร่ตรอง (Commitment and Determination)

2. มีความรับผิดชอบ (Desire for Responsibility)

3. แสวงหาโอกาส (Opportunity Obsession)

4. กล้าเสี่ยง ทำทาย (Tolerance for Risk, Ambiguity, and Uncertainty)
5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self – Confidence)
6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความยืดหยุ่น (Creativity and Flexibility)
7. อยากรู้ผลลัพธ์ทันที (Desire for Immediate Feed Back)
8. มีพลังงานสูง (High Level of Energy) ปฏิบัติงานได้มากและยาวนาน
9. มีแรงจูงใจที่จะทำงานให้ออกมาดีมีคุณภาพ (Motivation to Excel)
10. มุ่งอนาคต (Orientation to The Future)
11. เรียนรู้จากสิ่งที่เคยผิดพลาด (Willingness to learn from Failure)
12. มีความสามารถด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Ability)

แลมบิง และคูล (Lambing; & Kuchl. 1997: 12-15) อธิบายคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีลักษณะ ดังนี้

1. มีความต้องการในการดำเนินธุรกิจ (Passion for The Business) คือผู้ประกอบการจะต้องมีความสนใจในการอยากดำเนินธุรกิจเป็นอันดับแรกเสียก่อน ซึ่งก็จะทำให้ธุรกิจมีโอกาสจะประสบความสำเร็จได้ เพราะธุรกิจนั้นจะต้องสร้างออกมาจากใจเสียก่อน “built from the heart”
2. ต้องกล้าเผชิญกับความล้มเหลว (Tenacity Despite Failure) คือผู้ประกอบการจะต้องพบกับอุปสรรคต่างๆ ดังนั้นจะต้องฝ่าฟันไปให้ได้ เพราะการล้มเหลว คือการศึกษาเพื่อเป็นบทเรียนที่สำคัญมากกว่าจะมองว่าเป็นสิ่งเลวร้ายและไม่ควรกล้า
3. มีความเชื่อมั่น (Confidence) คือผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีแนวความคิดเกี่ยวกับด้านธุรกิจ มีความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับตลาดและอุตสาหกรรมต่างๆ และจะต้องเรียนรู้ เมื่อเกิดการเรียนรู้ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ก็จะทำให้เกิดความมั่นใจ
4. มีการพิจารณาตนเอง (Self-Determination) คือจะต้องรู้จักพิจารณาตนเองถึงความสามารถในตนเอง ด้านความรู้และเชื่อมั่นตนเองว่า มีความสามารถจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับปฏิบัติของตนเอง
5. จัดการด้านความเสี่ยง (Management of Risk) คือคนโดยทั่วไปจะมองว่าผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจในความเสี่ยงสูง แต่โดยสถานการณ์แล้วผู้ประกอบการจะวางแผน จัดการประเมินแล้วว่าตนเองมีโอกาสที่จะได้กำไร หรือผลประโยชน์คุ้มค่าแล้วจึงจะลงมือดำเนินการ ดังนั้นแท้จริงแล้วผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจในโอกาสที่พลาดน้อยที่สุด และมีแนวโน้มเป็นไปได้สูง

6. การเปลี่ยนแปลงคือโอกาส (Changes are opportunities) คือคนโดยทั่วไปมักจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Changes) เพราะนั่นเป็นโอกาส (Opportunities) ที่สำคัญคนมักจะหลีกเลี่ยงแต่ผู้ประกอบการจะมีความกล้าและอดทนที่จะทำให้เป็นโอกาสของตนเอง

7. ีความอดทนต่อสิ่งที่ไม่ชัดเจนสงสัย (Tolerance for Ambiguity) กล่าวคือชีวิตของผู้ประกอบการนั้นจะเป็นรูปแบบชีวิตที่ไม่มีโครงสร้างแน่นอน ไม่มีการกำหนดขั้นตอนอย่างเป็นทางการ และไม่ยืนยันเสมอไปว่าจะพบกับความสำเร็จหรือไม่ โดยมีองค์ประกอบที่ไม่สามารถควบคุมได้แก่ เศรษฐกิจ อากาศ การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการต้องอดทนและคาดเดาเสมอ

8. มีการริเริ่มและต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Initiative and A Need for Achievement)

9. มุ่งความสนใจรายละเอียดและงานเรียบร้อยสมบูรณ์ (Detail-orientation and Perfectionism) คือผู้ประกอบการจำเป็นต้องสนใจในรายละเอียดของสินค้า สินค้ามีความเรียบร้อยเพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าหรือบริการที่สมบูรณ์ที่สุด และจะเป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้

10. มีความคิดรู้ ถึงเวลาที่ผ่านไป (Perception of Passing Time) ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักเสมอว่าเวลานั้นมันผ่านไปอย่างรวดเร็วนัก การปฏิบัติงานทุกครั้งถือเป็นวิกฤตจะต้องทำงานอย่างเร่งรีบ กระตือรือร้นตลอดเวลา

11. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

12. มองการณ์ใหญ่ (The Big Picture)

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามการศึกษาค้นคว้าของแต่ละคน ส่วนมากจะเป็นการผสมแนวความคิดทั้งด้านบริหารการจัดการทางด้านพฤติกรรมศาสตร์และด้านจิตวิทยา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของ จอห์น คาโอ มาเป็นแนวทางประกอบการวิจัยในเรื่องการสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับคุณลักษณะผู้ประกอบการในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1) พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม 2) ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต 3) เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4) ความริเริ่มและความรับผิดชอบ 5) การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ 6) ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน 7) ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ 8) อำนาจจากภายในตน 9) คัดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง 10) ความต้องการสถานะภาพ และ 11) ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ มาศึกษาต่อโดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่กำหนดไว้แล้วตามทฤษฎี

2. การตรวจสอบคุณภาพแบบวัด

2.1 การหาค่าอำนาจจำแนก

การหาค่าอำนาจจำแนกมีอยู่หลายแบบ ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของคะแนนที่ได้จากการวัดนั้นๆ การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดเป็นรายข้อมีดังนี้(ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2543: 302-306)

วิธีที่ 1 ดัชนีพอยท์ไบเซรียล (Point – Biserial Index) เป็นลักษณะสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวหรือ 2 กลุ่มคะแนน โดยมีข้อตกลงว่าคะแนนกลุ่มหนึ่งเป็นค่าต่อเนื่อง (Continuous Variable) และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นแบบค่าไม่ต่อเนื่อง (Dichotomous Variable) การให้คะแนนทำได้ถูกต้อง 1 คะแนนและทำผิดได้ 0 คะแนนเท่านั้น

วิธีที่ 2 ดัชนีสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน มีข้อตกลงว่ากรณีตัวเลือกเป็นคะแนนแบบช่วงเท่ากันเช่น 1 2 3 หรือ 1 2 3 4 หรือมากกว่านั้น คะแนนมากมักเป็นลักษณะเห็นด้วยอย่างมาก หรือมีคุณลักษณะนั้นอยู่อย่างมาก เมื่อผู้ตอบเลือกตอบตัวเลือกที่มีคะแนนมาก ย่อมได้คะแนนรวมมากด้วยลักษณะของคะแนน 2 อย่างขึ้นลงตามกันแสดงว่าข้อนั้นจำแนกได้ แต่ถ้าไม่ขึ้นลงตามกันแสดงว่าค่าอำนาจจำแนกไม่ดี หรืออาจขึ้นลงกลับกันแปลว่าข้อสอบไม่ดี ไม่ควรนำมาใช้ หรือควรนำมาปรับปรุง และควรตรวจเช็คการให้คะแนนให้ดี การทดสอบนัยสำคัญของค่าอำนาจจำแนกสามารถตรวจสอบได้จากตารางทดสอบค่าวิกฤติของ r แบบเพียร์สัน

วิธีที่ 3 อำนาจจำแนกจากการทดสอบที (t-test index) การใช้ดัชนีนี้เสนอโดย A.L. Edwards ใช้ในกรณีคะแนนแสดงความรู้สึกแต่ละข้อมีมากกว่า 1 คะแนน แต่ละข้อควรให้คะแนนเท่ากัน โดยหลักการคือ พยายามหาความแตกต่างของคะแนนกลุ่มที่ได้คะแนนสูงกับกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำกว่าข้อนั้นๆ ได้คะแนนเป็นไปตามจริงหรือไม่ ตามทฤษฎีผู้ที่ได้คะแนนสูงควรทำข้อนั้นได้คะแนนสูง ผู้ได้คะแนนรวมต่ำควรทำข้อนั้นได้คะแนนต่ำ แบบนี้ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำก็จะต่างกัน ข้อนั้นก็ถือว่าจำแนกคนได้ แต่ในทางปฏิบัติคะแนนกลุ่มสูงกับคะแนนกลุ่มต่ำอาจไม่แตกต่างกันหรือนัยกลับกัน คือกลุ่มต่ำอาจอยู่สูงกว่ากลุ่มสูง กรณีนี้อำนาจจำแนกจะใช้ไม่ได้ อำนาจจำแนกแบบที (t-test Index) ที่ควรยอมรับ คือ 1.750 ตามแนว Edwards หมายถึง ถ้าคำนวณค่าอำนาจจำแนกได้ตั้งแต่ 1.750 ขึ้นไป ถือว่าข้อนั้นมีอำนาจจำแนกใช้ได้ แต่ถ้าค่า น้อยกว่า 1.750 ถือว่าใช้ไม่ได้ ต้องแก้ไขปรับปรุง ในกรณีค่า t เป็นลบและค่าตัวเลขจะสูงกว่าเกณฑ์ ถือว่าใช้ไม่ได้เพราะเป็นผลกลับกับ ถ้าไม่ยึดตามเกณฑ์ของ Edwards ก็สามารถหาค่า t แล้วไปเปิดตารางทดสอบค่า t และdfกำหนดเป็นนัยสำคัญ และเป็นการทดสอบทิศทางเดียว ถ้าผลออกมาค่า มีระดับนัยสำคัญที่ต้องการ ค่าอำนาจจำแนกนั้นก็สามารไปใช้ได้

2.1.1 ทดสอบความสอดคล้องของข้อคำถาม (Homogeneity of the Item)

การทดสอบความสอดคล้องกับข้อคำถามเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อดูว่าข้อคำถามมีความคงที่ภายใน (Internal Consistency) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการทดสอบว่าข้อคำถามที่สร้างขึ้นนั้น วัดในจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัดเดียวกันหรือไม่ ในการทดสอบความสอดคล้องกันทำได้ดังนี้ (นิคม ถนอมเสียง. 2550: 6-7)

Inter item correlation เป็นการพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความสัมพันธ์ระหว่างกันหรือไม่ โดยการใช้วิธีการของ Pearson Correlation Coefficient กรณีข้อคำถามมีลักษณะ Rating Scale ในกรณีที่ข้อความเป็นแบบ Dichotomous ก็สามารถใช้ Point-biserial correlation ลักษณะข้อคำถามที่เลือกควรมีระดับความสัมพันธ์ที่ไม่สูงมาก กล่าวคือ มีความสัมพันธ์ปานกลางกับข้อคำถามอื่น ทั้งนี้เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างข้อสูงมาก จะทำให้ลดความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความสัมพันธ์ที่ใช้ควรมีค่าระหว่าง .2 -.8 ข้อคำถามที่มีค่าลบต้องพิจารณาปรับปรุง หรือตัดออก

Corrected Item Total Correlation การพิจารณา Corrected Item Total Correlation เป็นการดูว่า ข้อคำถามนั้นๆ มีความสัมพันธ์กับคะแนนรวมของข้อคำถามที่เหลือของแบบสอบถามทั้งหมดหรือไม่ เพื่อที่จะทราบความสอดคล้องของข้อคำถาม เช่นมีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อคำถาม Corrected Item Total Correlation ของข้อที่ 1 คือค่า Pearson Product Moment ระหว่างคะแนนของข้อที่ 1 กับผลรวมของคะแนนของ 9 ข้อที่เหลือ ทำเช่นนี้จนครบ 10 ข้อ ในการพิจารณาค่าของข้อคำถามที่เหมาะสมได้แก่ข้อคำถามที่มีค่า ตั้งแต่ .2 ขึ้นไป ค่าที่มีค่าเป็นลบและต่ำกว่า.0 ต้องพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้งไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการทั้ง 11 คุณลักษณะโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation ใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5ระดับให้คะแนนตัวเลือกเป็น 1,2,3,4 และ 5

2.2 ความเที่ยงตรง

ความหมายความเที่ยงตรงเป็นหัวใจสำคัญของเครื่องมือวัด นักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของความเที่ยงตรงไว้ ดังนี้

กรอนรันด์ (Gronlund. 976: 65) กล่าวว่า ความเที่ยงตรง คือ ผลการประเมินที่สอดคล้องกับจุดประสงค์ที่วางไว้

อนาสตาซี (Anastasi. 1988: 139) กล่าวว่า ความเที่ยงตรง เป็นความสามารถในการตรวจสอบว่าแบบวัดนั้นวัดอะไรวัดได้ดีเพียงใด

ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ (2543: 246) กล่าวว่า ความเที่ยงตรง เป็นความสามารถ วัดได้ตรงตามลักษณะหรือจุดประสงค์ที่ต้องการวัด

ศิริชัย กาญจนวาสี (2544: 73) กล่าวว่า ความเที่ยงตรงเป็นความถูกต้องแม่นยำของแบบวัด ในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัด

บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2545: 89) กล่าวว่า ความเที่ยงตรงเป็นความสามารถวัดในสิ่งที่ ผู้วัดต้องการวัดได้อย่างถูกต้อง

จากความหมายของความเที่ยงตรงที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความเที่ยงตรงหมายถึง เป็น ความสามารถในการวัดของแบบวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดได้อย่างถูกต้อง

ความเที่ยงตรงของแบบวัด

ความเที่ยงตรงเป็นความใกล้เคียงกันระหว่างค่าที่วัดได้กับค่าที่แท้จริง ถ้าผลการวัดได้มีค่า ใกล้เคียงกับค่าที่แท้จริงเพียงใด ก็ถือว่าการวัดมีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้นเพียงนั้น ความเที่ยงตรงจึง เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของแบบวัด (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544: 74)

ความเที่ยงตรงจำแนกตามลักษณะ หรือจุดประสงค์ของการวัดได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

- ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)
- ความเที่ยงตรงเชิงเกณฑ์สัมพันธ์ (Criterion – Related Validity)
- ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

(1) **ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา** หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ตามเนื้อหาที่ต้องการ วัดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จำแนกได้ 2 ชนิด

1.1 ความเที่ยงตรงเชิงเหตุผล (Logical Validity) เป็นความเที่ยงตรงที่ให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาว่าข้อสอบแต่ละข้อวัดได้ตรงตามตารางวิเคราะห์หลักสูตรหรือไม่

1.2 ความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) เป็นคุณภาพของแบบทดสอบที่พิจารณา ว่าข้อสอบแต่ละข้อวัดได้ตรงตามคุณลักษณะที่นิยามไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นความเที่ยงตรงที่เหมาะสมกับแบบ วัดด้านความรู้สึก (Affective Domain) ก่อนสร้างข้อสอบจะต้องนิยามสิ่งที่จะวัดให้ชัดเจนก่อน หลังจากนั้นจึงจะสร้างข้อสอบหรือข้อความให้สอดคล้องกับที่นิยามไว้แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ข้อสอบหรือข้อความแต่ละข้อว่าสร้างตรงตามที่นิยามไว้หรือไม่ ถ้าสร้างได้ตรงตามที่นิยามไว้ก็แสดงว่า แบบทดสอบมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาทางด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ

(2) **ความเที่ยงตรงเชิงเกณฑ์สัมพันธ์** (Criterion – Related Validity) หมายถึงคุณภาพ ของเครื่องมือที่เอาผลการวัดของแบบทดสอบไปหาความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ต้องการ จำแนกได้ 2 ชนิด คือ

2.1 ความเที่ยงตรงเชิงสภาพ (Concurrent Validity) หมายถึง ความเที่ยงตรงที่เอาผลการวัดของแบบทดสอบที่สร้างขึ้นไปหาความสัมพันธ์กับเกณฑ์ในสภาพปัจจุบัน (ล้วน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. 2543: 251) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแบบทดสอบ กับ คะแนนเกณฑ์ จากเครื่องมืออื่นที่สามารถใช้บ่งบอกสถานภาพปัจจุบันของลักษณะที่มุ่งวัดนั้นได้ เครื่องมือทั้งสองทำการวัดในเวลาเดียวกัน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทางบวกที่สูง แสดงถึงคะแนนจากแบบสอบ สามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของสถานภาพของลักษณะที่มุ่งวัดนั้น (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544: 83)

2.2 ความเที่ยงตรงเชิงพยากรณ์ (Predictive Validity) หมายถึง ความเที่ยงตรงที่ได้มาจากการเอาผลการวัดของแบบทดสอบที่สร้างขึ้นไปคำนวณหาความสัมพันธ์กับเกณฑ์ในอนาคต เพื่อที่จะเอาผลการสอบไปพยากรณ์ผลความสำเร็จในอนาคต (ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2543: 257) โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนจากแบบทดสอบกับคะแนนจากเกณฑ์ จากเครื่องมือที่สามารถบ่งบอกผลสำเร็จของลักษณะที่มุ่งวัดในอนาคต เนื่องจากเครื่องมือทั้งสองทำการวัดในเวลาต่างกัน โดยแบบทดสอบที่สร้างทำการวัดในปัจจุบัน แต่อีกเครื่องมือหนึ่งต้องทิ้งช่วงเวลาทำการวัดในเวลาต่อมาเพื่อให้ได้คะแนนเกณฑ์อนาคต (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544: 84)

(3) ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) หมายถึง การมองข้อคำถามของแบบวัดโครงสร้างหรือแนวคิดทฤษฎีใดจากผลการตอบข้อคำถามของแบบวัดนั้น ความเที่ยงตรงตามโครงสร้างพิจารณาผลการตอบว่าเป็นไปตามโครงสร้างที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยพิจารณาจากสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามของแบบวัดฉบับนั้นกับฉบับอื่นที่พิสูจน์มาแล้ว ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมี 4 แบบ ดังนี้

3.1 วิธีหาสหสัมพันธ์ เป็นวิธีที่ค่อนข้างง่าย เมื่อสร้างแบบวัดเสร็จแล้วก็ต้องหาเครื่องมือมาตรฐานที่สร้างดีและวัดโครงสร้างเดียวกัน นำมาสอบกับกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ทั้งสองฉบับแล้ว นำคะแนนสองกลุ่มมาหาสหสัมพันธ์กัน ถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญ ก็แสดงว่าข้อสอบที่สร้างขึ้นมีโครงสร้างเดียวกับข้อสอบมาตรฐาน นั่นคือ แบบวัดที่สร้างขึ้น มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

3.2 การวิเคราะห์หลักคุณลักษณะหลายวิธี (Multitrait – MultmethodsMTMM) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรวิธีวัดต่างๆ กับคุณลักษณะ (Trait) ต่างๆ ในการวัดเป้าหมายอย่างหนึ่ง วิธีการวัดนั้นแต่ละเป้าหมายอาจวัดได้หลายวิธี ขณะเดียวกันในเป้าหมายเดียวกันอาจแบ่งออกเป็นการวัดหลายคุณลักษณะ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ จะได้เป็นค่า R หรือ ค่า r เกิดจากการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันโปรดักโมเมนต์ (Pearson Product Moment) ธรรมชาติผลที่ได้จากการวิเคราะห์แปลผล ได้ 3 อย่าง คือ

3.2.1 ความเชื่อมั่น (Reliability) ดูได้จากค่าสหสัมพันธ์ในเส้นทแยงมุมคือค่า (r) ซึ่งเป็นผลมาจากใช้คุณลักษณะเดียวกัน วิธีเดียวกัน (monotrait – monomethod MM) บางที่เรียกว่า reliability diagonals ซึ่งก็คือ ความเชื่อมั่นแบบสอบซ้ำนั่นเอง

3.2.2 ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) เป็นการวัดในคุณลักษณะเดียวกันด้วยแบบวัดชนิดเดียวกัน หรือต่างชนิด จะมีค่าสหสัมพันธ์กันสูง ค่าความเที่ยงตรงเชิงเหมือนเป็นผลมาจากค่าสหสัมพันธ์ภายในที่เกิดจากคุณลักษณะเดียวกัน แต่ใช้วิธี (แบบทดสอบ) ต่างกัน (Same traits using different methods)

3.2.3 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เป็นการวัดในลักษณะที่ต่างกันด้วยแบบวัดชนิดเดียวกันหรือต่างชนิดกัน จะมีค่าสหสัมพันธ์กันต่ำ ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนกเป็นผลมาจากค่าสหสัมพันธ์ภายในที่เกิดจากคุณลักษณะต่างกันและใช้วิธีต่างกัน (different traits using different methods) หรืออาจเกิดจากคุณลักษณะต่างกันและใช้วิธีเหมือนกันก็ได้ ค่าสหสัมพันธ์จะน้อย เพราะสิ่งที่ต่างกันไปหาค่าสหสัมพันธ์กันย่อมไม่เกี่ยวข้องกันถ้าแบบวัดคุณลักษณะต่างกันไป สัมพันธ์กันก็แปลว่าแบ่งแยกหรือจำแนกไม่ได้

3.3 วิธีเปรียบเทียบกลุ่มรู้จัก (Known Groups Technique) เครื่องมือวัดที่ดีต้องจำแนกสิ่งที่ต้องการวัดได้เด่นชัด ระหว่างกลุ่มที่มีคุณลักษณะนั้นอยู่มากอย่างชัดเจน และกลุ่มที่ไม่มีคุณลักษณะนั้นอยู่เลย หรือมีอยู่น้อยมากอย่างชัดเจน การหาความเที่ยงตรงแบบนี้ต้องนิยามสิ่งที่วัดให้ชัดเจน แล้วเลือกวิธีเขียนข้อสอบเพื่อวัดสิ่งนั้นหรือคุณลักษณะนั้น แล้วตรวจสอบข้อคำถามหรือข้อความให้ดีกว่าก่อนว่าใช้ได้จากนั้น จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมหรือคุณลักษณะนั้นสูงหรือมีมาก อีกกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมหรือคุณลักษณะนั้นอยู่น้อย สุดท้ายจึงนำเครื่องมือวัดไปสอบวัดกับกลุ่มทั้งสอง ถ้าต่างกันอย่างมีนัยสำคัญก็ถือว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2543: 318-324)

3.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ยึดหลักการที่ว่า ตัวแปรหรือข้อมูลต่างๆ มีความสัมพันธ์กันนั้น เนื่องมาจากตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ มีองค์ประกอบร่วมกัน (Common Factor) สังเกตได้จากการจัดกลุ่มของตัวแปรหรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การจับกลุ่มของตัวแปรซึ่งเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรทำให้ทราบถึงโครงสร้างและแบบแผนของข้อมูล ทำให้หาองค์ประกอบร่วมของตัวแปรได้ และสามารถหาน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรแต่ละตัวได้ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายถึงความแปรปรวนระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบนั้นอันแสดงถึงขนาด (Magnitude) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวประกอบ (ส.วาสนา ประวาลพฤกษ์. ม.ป.ป: 11) อาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นการพิสูจน์ว่าข้อสอบแต่ละข้อเมื่อสอบแล้วจะมีข้อมูลทางตัวเลขยืนยันได้ใหม่ว่า วัดคุณลักษณะใด วัดคุณลักษณะ

เดียวกัน หรือวัดที่คุณลักษณะ เป็นไปตามการวัดคุณลักษณะ เมื่อเขียนข้อสอบตั้งแต่แรกไม่ เพื่อพิสูจน์โครงสร้างของข้อสอบว่าเป็นแบบใด เป็นไปตามโครงสร้างหรือทฤษฎีที่ตั้งไว้หรือไม่ (ลัวัน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. 2543: 325) หรือการที่ผู้วิจัยต้องการทราบว่าเครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการวัดสิ่งต่างๆ จะเป็นเครื่องมือสร้างเองหรือขอใช้จากคนอื่นก็ตาม วัดอะไรร่วมกันบ้าง (มีองค์ประกอบอะไรบ้าง) หรือการที่ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวัดตามทฤษฎีหรือแนวคิดอย่างหนึ่งต้องการทราบว่าเมื่อนำมาใช้จริงจะปรากฏผลตรงตามทฤษฎีหรือแนวคิดนั้นหรือไม่ ก็นำเอาเครื่องมือหรือเทคนิคนั้น ไปใช้วัดกับกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา แล้วนำเอาผลการวัดมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคของการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบจะปรากฏค่าที่สำคัญ คือ สัดส่วนของความแปรปรวนแต่ละตัวที่อธิบายองค์ประกอบ (Communality) ซึ่งเขียนแทนด้วย h^2 ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนที่แต่ละด้านแบ่งให้กับแต่ละองค์ประกอบ เป็นส่วนที่ชี้ถึงว่าองค์ประกอบนั้นร่วมกับตัวอื่นมากน้อยเพียงใด ค่าไอเกน (Eigenvalue) เป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบรวมในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 1 จึงถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งๆ ที่แท้จริง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เป็นค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบที่แต่ละด้านวัดในองค์ประกอบนั้น (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 160-161)

2.3 ค่าความเชื่อมั่น

มีนักศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของ ความเชื่อมั่น ไว้ดังนี้

อนาสตาซี (Anastasi. 1988: 109) กล่าวว่า ความเชื่อมั่น หมายถึงความคงที่ของคะแนนที่ได้จากการทดสอบกับคนกลุ่มเดียวกันสองครั้งด้วยแบบทดสอบเดิมในเวลาที่แตกต่างกัน หรือทดสอบกลุ่มเดียวกันด้วยข้อสอบต่างชุดที่มีข้อสอบเทียบเท่ากันหรือภายใต้สภาพการสอบที่แตกต่างกัน

กรอนลันด์ (Gronlund. 1976: 65) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นความคงที่ของคะแนนที่ได้จากการสอบบุคคลเดียวกันแต่ต่างเวลาและโอกาสกัน

ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 29) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นของแบบวัด เป็นความคงที่ของคะแนนที่ได้จากการสอบนักเรียนคนเดียวกันหลายครั้ง ในแบบทดสอบชุดเดิม

ศิริชัย กาญจนวาสี (2544: 43) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นของแบบวัดเป็นความคงที่หรือความคงเส้นคงวาของผลที่ได้จากการวัดซ้ำ ถ้าต้องการวัดสิ่งเดียวกันหลายๆ ครั้ง ได้ค่าที่ค่อนข้างคงเส้นคงวาสูงขึ้น ถือว่าการวัดมีความเชื่อมั่นมากขึ้น

จากความหมายของความเชื่อมั่นข้างต้น สรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นหมายถึง แบบวัดที่เป็นความคงที่แน่นอน จากการทำเครื่องมือของกลุ่มตัวอย่าง มีความคงเส้นคงวาสูงและถูกต้องแน่นอน จากผลของการวัด

บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์ (2521: 278 – 300) ได้กล่าวถึงวิธีการหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบทดสอบไว้ 2 แนวทางดังนี้

1. แบบสัมประสิทธิ์ความคงตัว (Coefficient of stability) เป็นวิธีการคำนวณสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสองชุด ซึ่งได้จากแบบทดสอบคนละฉบับหรือฉบับเดียวกันแต่เป็นการสอบต่างเวลากัน ซึ่งจำแนกเป็น 2 วิธี

1.1 วิธีสอบซ้ำ (Test-Retest Method) วิธีนี้จะหาสัมประสิทธิ์ของความคงตัวของคะแนนที่ได้จากการสอบนักศึกษาในกลุ่มเดียวกันสองครั้ง โดยทิ้งช่วงเวลาให้ห่างกันพอประมาณ แล้วนำคะแนนที่สอบวัดแต่ละครั้งมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สูตรของเพียร์สัน

1.2 วิธีคู่ขนาน (Parallel Forms Method) วิธีการนี้เป็นการคำนวณสัมประสิทธิ์ของความเหมือน (Coefficient of equivalence) ของคะแนนการทดสอบตั้งแต่สองฉบับ การประมาณค่าตามวิธีนี้อาศัยแนวคิดที่ว่าแบบทดสอบที่สร้างทั้งสองฉบับจะเป็นตัวแทนของคุณลักษณะที่ต้องการวัด แล้วนำแบบทดสอบทั้งสองฉบับไปทดสอบกับนักเรียนในกลุ่มเดียวกันแล้วนำคะแนนที่ได้จากการทดสอบมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สูตรของเพียร์สัน

2. แบบสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายใน (Coefficient of Internal – Consistency) แนวคิดของวิธีนี้กำหนดว่า แบบทดสอบที่ดีจะต้องมีเอกภาพในการวัด กล่าวคือ ส่วนย่อยของแบบทดสอบฉบับหนึ่งๆ จะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความเป็นเอกพันธ์ในการที่จะวัดคุณลักษณะหนึ่งๆ สัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายในนี้ หมายความว่าข้อคำถามแต่ละข้อหรือส่วนย่อยจะมีความเสมอเหมือนกันทุกข้อหรือทุกส่วน แบ่งออกเป็น

2.1 วิธีแบ่งครึ่งแบบทดสอบ (Split-Half Method) วิธีนี้จะนำแบบทดสอบไปทดสอบกับนักเรียนกลุ่มหนึ่งแล้วจึงแบ่งแบบทดสอบออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆ กันโดยให้ทั้งสองส่วนมีคำถามคล้ายคลึงกันและความยากง่ายของแต่ละข้อคำถามของทั้งสองส่วนมีค่าเท่าๆ กันโดยอาจจะแบ่งออกเป็นข้อคู่ข้อคี่ (ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2543: 254) ระหว่างคะแนนข้อคู่กับข้อคี่ โดยใช้สูตรของเพียร์สันจากนั้น จึงวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรปรับขยายของสเปียร์แมน-บราวน์, ฮอสต์ หรือ รูลอน เป็นต้น

2.2 วิธีวิเคราะห์ส่วนย่อย เนื่องจากวิธีแบ่งครึ่งแบบทดสอบ ไม่สามารถคำนวณค่าความสอดคล้องได้อย่างแท้จริงเพราะการแบ่งครึ่งแบบทดสอบนั้นลักษณะของความเชื่อมั่นจะเป็นความเสมอเหมือนระหว่างคะแนนข้อคู่กับข้อคี่มากกว่า จึงมีผู้คิดค้นวิธีวิเคราะห์คะแนนแบบทดสอบจากส่วนย่อยต่างๆ โดยจำแนกรายข้อ จะได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นค่าความสอดคล้องภายในของแบบทดสอบอย่างแท้จริง (บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. 2545: 122-139) วิธีนี้จะใช้แบบทดสอบฉบับเดียวกัน ไปทดสอบกับนักศึกษาในกลุ่มเดียวกัน แล้วนำคะแนนที่ได้จากการทดสอบมาแบ่งเป็นส่วนๆ

โดยทั่วไปนิยมแบ่งเป็นสองส่วนกับแบ่งเป็นหลายส่วน และส่วนที่แบ่งภายในแต่ละส่วนอาจมีระดับคู่ขนานต่างกัน 3 แบบคือ แบบมาตรฐานเดิม แบบคะแนนจริงสมมูล และแบบคะแนนจริงสัมพันธ์ วิธีการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดจากการแบ่งส่วนในฉบับ มีดังนี้

(1) วิธีแบ่งสองส่วน

(1.1) วิธีแบ่งสองส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบมาตรฐานเดิมใช้สูตรสเปียร์แมน-บราวน์(Spearman-Brown) ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะสองส่วน โดยต้องหาความเที่ยงตรงครั้งฉบับด้วยสูตรสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment) ก่อนแล้วจึงนำค่าความเชื่อมั่นครั้งฉบับ มาปรับขยายให้เป็นความเชื่อมั่นทั้งฉบับ โดยใช้สูตรปรับขยายของสเปียร์แมน-บราวน์ (Spearman-Brow)

(1.2) วิธีแบ่งสองส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบคะแนนจริงสมมูล หาความเชื่อมั่นได้จากสูตรของรูลอน (Rulon) สูตรของฟลานาแกน (Flanagan) และสูตรของกัตต์แมน (Guttman)

(1.3) วิธีแบ่งสองส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบคะแนนจริงสัมพันธ์การหาค่าความเชื่อมั่นอาจพิจารณาจากความยาวของเครื่องมือวัด

- เมื่อใช้จำนวนข้อเป็นตัวกำหนดความยาวของเครื่องมือวัด คำนวณได้จากสูตรของราชู (Raju)
- เมื่อใช้ผลการสอบจริงเป็นตัวชี้บอกความยาวของเครื่องมือวัดคำนวณได้จากสูตรของ เฟลด์-ราชู (Feldt-Raju)

(2) วิธีแบ่งหลายส่วน

(2.1) วิธีแบ่งหลายส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบมาตรฐานเดิมใช้สูตรของสเปียร์แมน-บราวน์ (Spearman-Brown)

(2.2) วิธีแบ่งหลายส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบคะแนนจริงสมมูลถ้าส่วนย่อยของเครื่องมือวัดแบ่งเป็นหลายส่วน แยกพิจารณาได้ 2 กรณี ดังนี้

- ถ้าเครื่องมือวัดให้คะแนนสองค่าเช่น แบบทดสอบเลือกตอบแบบทดสอบถูกผิด ตอบถูกได้ 1 ตอบผิดได้ 0 คะแนน หรือแบบสอบถามบางเรื่องให้เลือกตอบว่าใช่ หรือ ไม่ใช่ ถ้าใช่ ให้ 1 คะแนน(ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. 2543: 215) การหาความเชื่อมั่นโดยวิธีนี้ จะต้องมีลักษณะวัดองค์ประกอบรวมกัน การหาค่าความเชื่อมั่นคำนวณได้จากสูตรของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน จากสูตร KR-20 และ KR-21

- ถ้าเครื่องมือวัดให้คะแนนหลายค่า เช่น มาตรฐานประเมิน(Rating Scale) ให้คะแนนหลายค่า เมื่อข้อความที่ตรงตามลักษณะของผู้ตอบจากน้อยที่สุดไปหามากที่สุดจะได้คะแนนเป็น 1,2,3,4 และ 5 หรือแบบทดสอบอัตนัยฉบับหนึ่งมีคำถาม 5 ข้อแต่ละข้อคะแนนเต็ม 10 คะแนน ดังนั้น แต่ละข้อสามารถให้คะแนนหลายค่า ตั้งแต่ 0 คะแนน การหาค่าความเชื่อมั่นคำนวณได้จากสูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา

(2.3) วิธีแบ่งหลายส่วน กรณีส่วนย่อยมีความคู่ขนานแบบคะแนนจริงสัมพันธ์แยกพิจารณาได้ 3 กรณี ดังนี้

- เมื่อใช้จำนวนข้อเป็นตัวกำหนดความยาวของเครื่องมือวัด โดยแบ่งส่วนเครื่องมือวัดเท่ากับจำนวนข้อ และให้คะแนนเป็นสองค่า คือ ตอบถูกได้ 1 ตอบผิดได้ 0 สามารถคำนวณจากสูตรสัมประสิทธิ์ r_B (Coefficient r_B) ของบุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์

- เมื่อใช้จำนวนข้อเป็นตัวกำหนดความยาวของเครื่องมือวัด คำนวณได้จากสูตร สัมประสิทธิ์เบต้าเค (Coefficient - β_K) ของราฐู ใช้หาความเชื่อมั่นเมื่อแบ่งเครื่องมือวัดออกเป็นหลายๆ ส่วน แต่ละส่วนมีจำนวนข้อ หรือ ความยาวไม่เท่ากัน ถ้าความยาวแต่ละส่วนมีจำนวนข้อเท่ากันแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์เบต้าเคจะเท่ากับสัมประสิทธิ์แอลฟา

- เมื่อใช้ผลการสอบจริงเป็นตัวชี้บอกความยาวของเครื่องมือวัด หรือไม่ทราบความยาว คำนวณได้จากสูตรของเฟลด์ต์-ราฐู (Feldt – Raju)

ในการวิจัยในครั้งนี้ การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมีองค์ประกอบหลายองค์ประกอบผู้วิจัยจึงเลือกใช้การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค(Cronbach's Alpha Coefficient)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 งานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

วรพจน์ศิริวงษ์ดล (สิริลักษณ์ หาญวัฒนานุกุล. 2543: 7-8; อ้างอิงจาก วรพจน์ ศิริวงษ์ดล. 2539: 37-44) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. บิดามารดา เป็นชาวต่างชาติ หรือตนเองเป็นชาวต่างชาติ
2. มีแรงบันดาลใจต้องการความสำเร็จในชีวิต
3. มีโอกาสทางธุรกิจ
4. สามารถปรับตัวได้ดีตามโอกาสทางเศรษฐกิจ
5. มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าและเข้าใจลูกค้าจ้าง

6. มองอนาคตอย่างสดใส
7. ใช้สิ่งแวดล้อมให้เป็นประโยชน์
8. มีการตั้งเป้าหมายของชีวิตและมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ

วุฒิชัย เหมะใจ (2550: 124 – 125) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบมีความสัมพันธ์กับการประเมินความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ การจัดการความล้มเหลว แรงจูงใจ การแสวงหาโอกาส ความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์กับการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ

ฝนทิพย์ ฆารไสว (2555: 39-40) ศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 9 องค์ประกอบ คือด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร (2550: 25 -26) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ ภาคบริการ ผลการศึกษพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในภาคธุรกิจบริการ มีลักษณะวิสาหกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียวมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6- 10 ปี ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา มุ่งเน้นลูกค้าเดิม ผลกำไรต่อเนื่อง การแสวงหาแหล่งเงิน และการควบคุมภายใน ผู้ประกอบการมีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นชายนับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพสมรส เริ่มทำธุรกิจของตนเองระหว่างช่วงอายุ 20 -30 ปีมีประสบการณ์ก่อนทำธุรกิจของตนเอง 1- 3 ปี มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจของตนเองมากกว่า 10 ปี ไม่เคยประสบความสำเร็จล้มเหลวในการทำงาน เป็นบุตรคนกลาง และมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจ เพื่อต้องการเป็นอิสระและบริหารงานเอง ในการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของลักษณะวิสาหกิจ ลักษณะผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ ประกอบด้วยเกณฑ์การประเมิน 6 ลักษณะ คือ ภาวะผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ การจัดการ ความเสี่ยง เป้าหมาย ลักษณะพื้นฐาน และความสามารถทางการจัดการ

3.2 งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

ลินซี (Lindsey. 1999: 3359) ได้สำรวจการเป็นผู้ประกอบการในด้านบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาพยาบาลในมลรัฐเท็กซัส โดยใช้แบบประเมิน MBTI (The Myers-Briggs Type Indicator) การศึกษาครั้งนี้เพื่อต้องการศึกษาว่าสาเหตุที่นักศึกษาพยาบาลฝึกหัดในมลรัฐเท็กซัสที่ไม่พยายามเข้าไปประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อต้องการศึกษาว่าถ้านักศึกษาพยาบาลฝึกหัดมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการก็จะสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ แต่ผลการศึกษานี้ให้ผลในทางตรงกันข้าม แสดงว่านักศึกษาพยาบาลฝึกหัดยังไม่ค่อยมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเท่าที่ควร เมื่อใช้แบบประเมินเอ็มบีทีไอเข้าไปวัด ซึ่งแตกต่างจากการอธิบายในการวิจัยครั้งก่อนๆ ที่มองเห็นว่านักศึกษา มีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ

ลาแกรง (LaGrange. 1999: 3347) ศึกษาเปรียบเทียบภายนอก และภายในเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการในด้านบุคลิกภาพ การมุ่งอาชีพ การมุ่งหน้าที่การงาน และคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยการศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาความแตกต่างและความเหมือนกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างคุณลักษณะภายนอกกับคุณลักษณะภายในของความเป็นผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างจากบุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศแอฟริกาใต้ ผลการวิจัยพบว่า ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการภายในและภายนอก แต่ก็พบว่าความเป็นผู้ประกอบการสามารถมองเห็นได้จากโครงสร้างเดียวไม่ใช่สองโครงสร้างแยกจากกัน โดยถือว่า โครงสร้างความเป็นผู้ประกอบการมีทั้งคุณลักษณะจากภายนอกและภายใน

ชิว (Chau. 2000: 5217) ได้ศึกษาการกำหนดจิตใจแบบผู้ประกอบการเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือคือแบบสำรวจบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (The NEO Five – Factor Inventory) (NEO-FFI) เพื่อกำหนดจิตใจแบบผู้ประกอบการจากการใช้แบบสอบถามจำนวน 3 ชุด ได้แก่

- 1) อะไรที่มีอิทธิพลต่อการมีชีวิตจิตใจแบบผู้ประกอบการ (จำนวนปีที่ทำธุรกิจ จำนวนลูกจ้าง ฐานะการเงิน)
- 2) ข้อมูลส่วนตัวอะไรที่มีอยู่ในจิตใจแบบผู้ประกอบการ (อายุ เชื้อชาติ การศึกษา เพศ)
- 3) อิทธิพลอะไรทำให้มีข้อมูลส่วนตัวในจิตใจแบบผู้ประกอบการ

จากแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด มี 7 อย่างที่แยกสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง และคำถามปลายเปิด 2 ชุด คือคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการคืออะไร และนิยามอธิบายความสำเร็จได้อย่างไร สอบถามผู้ประกอบการจำนวน 51 คน โดยใช้แบบสำรวจบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบกับการสำรวจ ข้อมูลส่วนตัวที่สัมพันธ์กับความสำเร็จ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ความคลาดเคลื่อน และ Chi Squared การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ ATLAS/it software มีสมมติฐาน 4 ข้อจาก 11 ข้อ ได้รับการสนับสนุน ผลที่มีนัยสำคัญ พบว่า 1) เพศเป็นมาตรื่อยของความ คิดแบบผู้ประกอบการ 2) อายุที่เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จจำนวนปีที่ทำธุรกิจและจำนวนลูกค้า 3) เชื้อชาติและตัวบ่งชี้ความมั่นคงทางการเงิน 4) เพศของผู้ประกอบการและตั้งบ่งชี้ของจำนวนปีที่ ทำธุรกิจ การนิยามผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ วิเคราะห์โดยใช้บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ รวมถึงการอธิบายผลจากการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วย

สเปนเซอร์ (Spencer, 2002: 5920) ได้ศึกษาบทบาทของมิติทางบุคลิกภาพและความโน้มเอียงสู่อาชีพที่มีต่อรูปแบบความสนใจด้านการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาครั้งนี้พบว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเกิดจากการบูรณาการของลักษณะทางบุคลิกภาพความสามารถทางจิตใจ สมรรถทางจิตใจ สมรรถภาพของตนเอง ทางผู้ประกอบการและด้านทั่วไป และความโน้มเอียงสู่อาชีพการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแบบทฤษฎีได้ตัวแปรจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแบบทฤษฎีลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและความโน้มเอียงสู่อาชีพผู้ประกอบการ สำหรับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในกรณีนี้ความโน้มเอียงสู่อาชีพผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาได้รวมสามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระเข้าด้วยกัน โดยมีนักศึกษามหาวิทยาลัยรวมทั้งหมด 833 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบัณฑิตปริญญาตรีทางธุรกิจ นักศึกษาปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ และนักศึกษาที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพ เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถามแบบรายงานด้วยตนเองในฐานข้อมูลอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาครั้งนี้บ่งชี้ว่า คุณลักษณะทางบุคลิกภาพเท่านั้นที่มีโอกาสไปสู่อาชีพผู้ประกอบการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญโดยตรงกับความสนใจอาชีพผู้ประกอบการ ดังนั้นอิทธิพลที่เป็นตัวกลางของการตอบสนองเกี่ยวกับผลประโยชน์บนสัมพันธภาพของแรงจูงใจ เข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการและความตั้งใจ เข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนยืนยันช่องทางโอกาสก็แสดงถึงอิทธิพลที่เป็นตัวกลางของความสนใจอาชีพผู้ประกอบการ โดยความโน้มเอียงการตอบสนองความมีอิสระ ขณะที่ความยุติธรรมแสดงถึงอิทธิพลที่เป็นตัวกลางของความสนใจอาชีพผู้ประกอบการตลอดจนโครงสร้างแนวโน้มภายในของการเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศสรุปได้ว่า คุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สามารถสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการอีก
ทั้งงานวิจัยส่วนมากที่พบเป็นงานวิจัยเน้นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรที่ส่งผลต่อคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการ ส่วนงานวิจัยที่เน้นการสร้างแบบวัดและการหาคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจพบว่ามีน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้าง
แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 เพื่อที่จะได้แบบวัด
คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีคุณภาพซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนตลอดจนการจัด
กิจกรรมการศึกษาธุรกิจจำลองให้นักศึกษานั้นได้เกิดการทดลองการเป็นผู้ประกอบการ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 จากมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 สาขาวิชา จำนวน 7 มหาวิทยาลัย และจำนวนนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ทั้งหมด 1,215 คน ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่เป็นประชากรจำแนกตามมหาวิทยาลัยและสาขาวิชา

ลำดับ ที่	ชื่อมหาวิทยาลัย	สาขาวิชา การตลาด	สาขาวิชา การจัดการ	สาขาวิชา การบัญชี	สาขาวิชา การเงิน	สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	รวม
1	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	58	42	57	32	38	227
2	มหาวิทยาลัยเกริก	23	18	25	17	15	98
3	มหาวิทยาลัยเกษม บัณฑิต	28	35	33	25	17	138
4	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี มหานคร	25	22	19	18	21	105
5	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	42	50	48	35	29	204
6	มหาวิทยาลัยสยาม	34	32	37	27	22	152

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อมหาวิทยาลัย	สาขาวิชา การตลาด	สาขาวิชา การจัดการ	สาขาวิชา การบัญชี	สาขาวิชา การเงิน	สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	รวม
7	มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย	78	61	68	49	35	291
รวมทั้งสิ้น 7 มหาวิทยาลัย		288	260	287	203	177	1,215

รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4	1,215 คน
รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการตลาด	288 คน
รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการ	260 คน
รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการบัญชี	287 คน
รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการเงิน	203 คน
รวมนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	177 คน

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2555, เมษายน).

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 ของมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 3 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยสยาม และ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประกอบด้วย 5 สาขาวิชา จำนวน 363 คนซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดังนี้

จากขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางของขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane. 1974: 1088) ค่าเฉลี่ยของประชากร มีระดับความเชื่อมั่น 95% เมื่อยอมให้ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ของการประมาณค่าเฉลี่ยเกิดขึ้นในระดับ $\pm 5\%$ พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 296 คน โดยการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 1 จำนวน 65 ฉบับ และ โดยการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 2 จำนวน 298 ฉบับ ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัยและสาขาวิชา

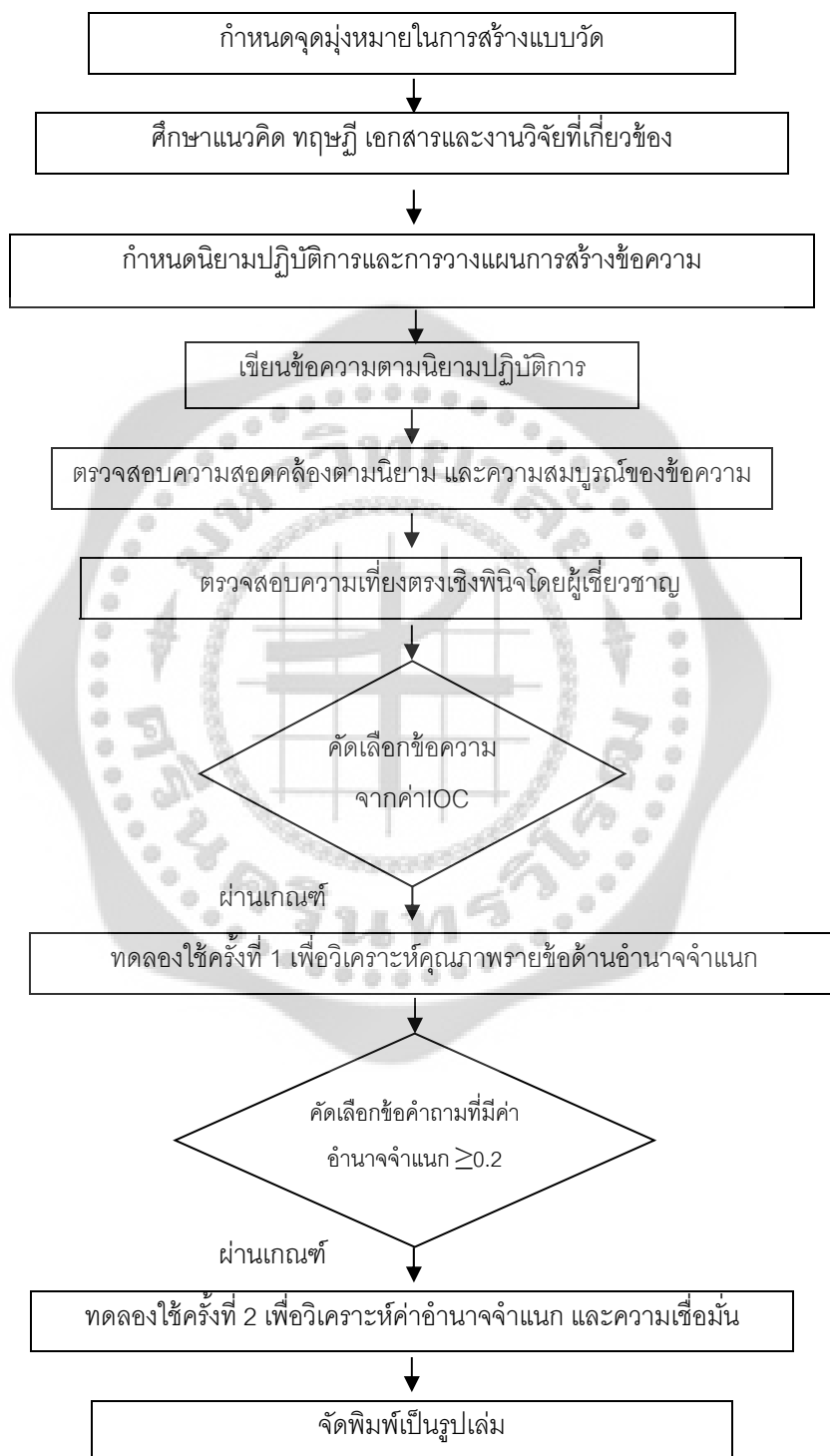
ชื่อมหาวิทยาลัย	สาขาวิชา	จำนวนนักศึกษา	
		ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2
มหาวิทยาลัยเกริก	การตลาด	14	-
	การจัดการ	15	-
	การบัญชี	18	-
	การเงิน	11	-
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	7	-
	รวม	65	-
มหาวิทยาลัยสยาม	การตลาด	-	29
	การจัดการ	-	22
	การบัญชี	-	32
	การเงิน	-	19
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	-	17
	รวม	-	119
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	การตลาด	-	44
	การจัดการ	-	42
	การบัญชี	-	46
	การเงิน	-	21
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	-	26
	รวม	-	179
	รวมทั้งสิ้น	65	298

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2555 จากมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร ใช้แบบวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าอำนาจจำแนก ความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการ 11 ด้านดังนี้ ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายามด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อถอยด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ ด้านอำนาจภายในตน ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง ด้านความต้องการสถานภาพและด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 2 ลำดับขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ

การสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบวัด

1.1 เพื่อสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

1.2 เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการที่สร้างขึ้น

1.2.1 ด้านค่าอำนาจจำแนก

1.2.2 ด้านความเที่ยงตรง

1.2.3 ด้านความเชื่อมั่น

2. ศึกษาทฤษฎี ทฤษฎี วิธีการสร้างจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการทั้ง 11 ด้านคือ ด้านพันธะ ความมุ่งมั่นและความพยายาม ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตด้านหน้าที่โอกาสและเป้าหมายด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมนด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับด้านอำนาจภายในตน ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง ด้านความต้องการสถานภาพและด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

3. เขียนนิยามปฏิบัติการของคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ต้องการวัดซึ่งสรุปจากนิยามและคุณลักษณะผู้ประกอบการจากค้นคว้าเอกสารต่างๆ

4. เขียนข้อคำถามให้สอดคล้องนิยามปฏิบัติการของคุณลักษณะผู้ประกอบการในแต่ละด้าน โดยสร้างข้อคำถามตามรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ให้ครอบคลุมคุณลักษณะผู้ประกอบการทั้ง 11 ด้าน จำนวน 150 ข้อ โดยให้เลือกตอบตามที่ตรงระดับความคิดเห็น ความรู้สึก หรือการกระทำของนักศึกษา และการให้คะแนนของคุณลักษณะผู้ประกอบการให้นำหนักคะแนนเป็นจริง ค่อนข้างจริง ไม่แน่ใจ ค่อนข้างไม่จริง และไม่จริง แบ่งเป็นคุณลักษณะผู้ประกอบการ 11 ด้านคือ ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายามจำนวน 13 ข้อ ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 15 ข้อ ด้านหน้าที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 15 ข้อ ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 19 ข้อด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมนจำนวน 11 ข้อ ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 11 ข้อ ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 13 ข้อ ด้านอำนาจภายในตนจำนวน 11 ข้อด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 14 ข้อ ด้านความต้องการสถานภาพจำนวน 17 ข้อ และด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือจำนวน 11 ข้อ

5. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเบื้องต้นของแบบคุณลักษณะผู้ประกอบการ ด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามและนิยามที่กำหนดไว้ รวมถึงความถูกต้องเหมาะสมของการใช้ภาษาและรูปแบบของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ แล้วนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าค่า

IOC ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมีค่าระหว่าง(-0.20) ถึง 1.00 จึงได้มีการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยพบว่าแบบวัดทั้งหมดมีทั้งหมด 120 ข้อ โดยจำแนกเป็น 1)ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายามจำนวน 12 ข้อ 2)ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อ 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 12 ข้อ 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 16 ข้อ 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 8 ข้อ 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 9 ข้อ 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 9 ข้อ 8)ด้านอำนาจภายในตนเองจำนวน 10 ข้อ 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 12 ข้อ 10)ด้านความต้องการสถานภาพจำนวน 14 ข้อและ 11)ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือจำนวน 10 ข้อ

6. นำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการไปทดลองใช้ครั้งที่ 1 กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกริกจำนวนจำนวน 65 คน เก็บแบบวัดตรวจให้คะแนนจากนั้นนำผลการตอบแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมาหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อวิเคราะห์หาค่า Corrected Item Total Correlation ได้ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1)ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามมีค่าระหว่าง (-0.057) ถึง 0.580 2) ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตมีค่าระหว่าง 0.206 ถึง 0.474 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายมีค่าระหว่าง 0.039 ถึง 0.539 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบมีค่าระหว่าง(-0.255) ถึง 0.655 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมีค่าระหว่าง 0.123 ถึง 0.655 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันมีค่าระหว่าง 0.099 ถึง 0.408 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับมีค่าระหว่าง 0.435 ถึง 0.644 8)ด้านอำนาจจากภายในตนเองมีค่าระหว่าง 0.099 ถึง 0.566 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงมีค่าระหว่าง 0.110 ถึง 0.395 10)ด้านความต้องการสถานภาพมีค่าระหว่าง 0.035 ถึง 0.560 11)ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือมีค่าระหว่าง 0.134 ถึง 0.606 แล้วพิจารณาคัดเลือกข้อความของแบบวัดที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ได้ข้อความที่มีค่าอำนาจจำแนกแต่ละด้านดังนี้

ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1)ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายาม จำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.259 ถึง 0.580 2)ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.206 ถึง 0.474 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 10 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.250 ถึง 0.539 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 10 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.210 ถึง 0.655 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 7 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.204 ถึง 0.655 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 6 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.223 ถึง 0.408 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 10 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.435 ถึง 0.644 8)ด้านอำนาจจากภายในตนเองจำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.322 ถึง 0.566 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 11 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.207 ถึง 0.395 10)ด้านความต้องการสถานภาพ จำนวน 12 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.230 ถึง 0.560 11)ด้านยึดถือหลัก

คุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 9 ข้อมีค่าระหว่าง 0.271 ถึง 0.606 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการฉบับใหม่จำนวน 101 ข้อ

7. นำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการไปทดลองใช้ครั้งที่ 2 กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยสยามและมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจำนวน 298 คน เก็บแบบวัดตรวจให้คะแนน จากนั้นนำผลการตอบแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมาหาค่าอำนาจจำแนกวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation ได้ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1)ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามมีค่าระหว่าง 0.163 ถึง 0.439 2)ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตมีค่าระหว่าง 0.351 ถึง 0.457 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายมีค่าระหว่าง 0.197 ถึง 0.548 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบมีค่าระหว่าง 0.190 ถึง 0.410 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมีค่าระหว่าง 0.232 ถึง 0.583 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันมีค่าระหว่าง 0.989 ถึง 0.454 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับมีค่าระหว่าง 0.175 ถึง 0.526 8)ด้านอำนาจจากภายในตนมีค่าระหว่าง 0.155 ถึง 0.343 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงมีค่าระหว่าง 0.302 ถึง 0.515 10)ด้านความต้องการสถานภาพมีค่าระหว่าง 0.162 ถึง 0.599 11)ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือมีค่าระหว่าง 0.071 ถึง 0.762 แล้วพิจารณาคัดเลือกข้อความของแบบวัดที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ได้ข้อความที่มีค่าอำนาจจำแนกแต่ละด้านดังนี้

ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ 1)ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามจำนวน 8 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.202 ถึง 0.439 2)ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อมีค่าระหว่าง 0.351 ถึง 0.457 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 9 ข้อมีค่าระหว่าง 0.315 ถึง 0.548 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.264 ถึง 0.410 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 7 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.232 ถึง 0.583 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 5 ข้อมีค่าระหว่าง 0.330 ถึง 0.454 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 9 ข้อมีค่าระหว่าง 0.276 ถึง 0.526 8)ด้านอำนาจจากภายในตนจำนวน 7 ข้อมีค่าระหว่าง 0.221 ถึง 0.343 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 11 ข้อมีค่าระหว่าง 0.302 ถึง 0.515 10)ด้านความต้องการสถานภาพ จำนวน 11 ข้อมีค่าระหว่าง 0.205 ถึง 0.599 11)ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 6 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.241 ถึง 0.762 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการฉบับใหม่จำนวน 90 ข้อ

8. จัดพิมพ์แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 ฉบับสมบูรณ์นำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจปีการศึกษา 2555 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 298 คน จากนั้นนำผลการตอบแบบวัดมาวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ตัวอย่างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ

แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

คำชี้แจงแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการฉบับนี้เป็นการถามความคิดเห็น ความรู้สึก และการกระทำของนักศึกษา ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนักศึกษา กรุณาตอบความเป็นจริงด้วยตนเอง

สมมุตินักศึกษาทำโครงการธุรกิจจำลองและเป็นเจ้าของกิจการ จากเหตุการณ์ข้างต้นนี้ให้นักศึกษาอ่านข้อความแต่ละข้อความและพิจารณาว่าข้อความนั้นๆ ตรงกับระดับความคิดเห็น ความรู้สึก การกระทำของนักศึกษาในระดับใดให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

- 5 หมายถึง จริง
4 หมายถึง ค่อนข้างจริง
3 หมายถึง ไม่แน่ใจ
2 หมายถึง ค่อนข้างไม่จริง
1 หมายถึง ไม่จริง

ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
0.	นักศึกษามีความคิดเสมอว่าต้องเป็นผู้ชนะในการแข่งขันในเรื่องด้านการตลาดหรือการโฆษณา.....
00.	บ่อยครั้งที่นักศึกษารู้สึกท้อแท้ที่ไม่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการขายได้.....
000.	ถ้านักศึกษาแพ้ในการแข่งขันเกี่ยวกับการทำธุรกิจจำลองนักศึกษาจะกลับมาทบทวนและศึกษาใหม่อีกครั้ง.....

ด้านความต้องการความสำเร็จ และการเติบโต

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
0.	นักศึกษาต้องการที่จะแข่งขันให้ผลงานทางด้านการบริหารธุรกิจของนักศึกษาติดอันดับที่ดีอยู่เสมอ.....
00.	เมื่อผลงานทางด้านการบริหารธุรกิจของนักศึกษาอยู่ในอันดับที่น่าพึงพอใจแล้ว นักศึกษาจะไปใส่ใจสนใจเรื่องอื่นแทน.....
000.	เมื่อเริ่มโครงการการตลาด นักศึกษาจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้งานของนักศึกษาสำเร็จด้วยดี.....

ด้านเน้นโอกาสและเป้าหมาย

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
0.	เมื่อมีการลงประกาศรับสมัครเข้าประกวดจัดกิจกรรมธุรกิจจำลองนักศึกษาจะเข้าร่วมการประกวด.....
00.	นักศึกษาเห็นด้วยกับความคิดที่ว่าไม่ควรเสียเวลากังวลกับผลประกอบการมากเกินไป.....
000.	นักศึกษายินดีให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจกับเพื่อนๆ ในคณะและนอกคณะเพื่อจะได้โอกาสในการสื่อสารและเรียนรู้เพิ่มเติม.....

วิธีการตรวจให้คะแนนของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะ
บริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ผู้วิจัยมีระดับการให้คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
จริง	ให้ 5 คะแนน	ให้ 1 คะแนน
ค่อนข้างจริง	ให้ 4 คะแนน	ให้ 2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้ 3 คะแนน	ให้ 3 คะแนน
ค่อนข้างไม่จริง	ให้ 2 คะแนน	ให้ 4 คะแนน
ไม่จริง	ให้ 1 คะแนน	ให้ 5 คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่ม
ตัวอย่าง

2. ติดต่อขออนุญาตทางคณะบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเกริก
และมหาวิทยาลัยหอการค้าเพื่อนัดหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้งวางแผนในการ
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างดังนี้

4.1 ทดสอบครั้งที่ 1 กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกริก จำนวน
65คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนก

4.2 ทดสอบครั้งที่ 2 กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยสยาม และ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจำนวน 298คนระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2556
เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกและความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตรวจให้คะแนนแบบวัดตามเกณฑ์ที่
กำหนดไว้ และวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 1

1.1 วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 2

2.1 หาค่าอำนาจจำแนกใช้วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation

2.2 ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient: α)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจ โดยใช้สูตรของโรวินลลี และแฮมเบิลตัน (ลัวน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. 2543: 249; อ้างอิงจาก Rovinelli; & Hambleton. 1977) โดยการพิจารณาหาค่า ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องมีค่าอยู่ระหว่าง +1 ถึง -
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

2. ค่าอำนาจจำแนก โดยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item – Total Correlation) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (เกษม สาหร่ายทิพย์. 2543: 162)

$$r = \frac{N \sum I(T - I) - (\sum I)(\sum T - I)}{\sqrt{[N \sum I^2 - (\sum I)^2][N \sum (T - I)^2 - \{\sum (T - I)\}^2]}}$$

เมื่อ r แทน ค่าอำนาจจำแนก
 I แทน คะแนนรายข้อ (Item Score)
 T แทน คะแนนรวม (Total Score)
 N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3. การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการโดยการหาค่าสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค Cronbach's Alpha Coefficient: α (ด้วน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. 2541: 229) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
	k	แทน	จำนวนข้อของแบบวัด
	S_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ตรงกันผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

k	แทน	จำนวนข้อ
r	แทน	ค่าอำนาจจำแนก Corrected Item Total Correlation
n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบวัด
α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 1

1.1 การวิเคราะห์ข้อความเป็นรายข้อเพื่อหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการโดยวิธีหาสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation

2. ผลวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 2

2.1 ค่าอำนาจจำแนกวิธีหาสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation และค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 1

1.1 การวิเคราะห์ข้อความเป็นรายข้อเพื่อหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ โดยวิธีหาสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว โดยแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ จำนวน 120 ข้อ ไปทดลองครั้งที่ 1 กับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกริก จำนวน 65 คนจากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการตอบมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกโดยใช้สูตรสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าอำนาจจำแนกรายด้านของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการจากการทดลองครั้งที่ 1

ด้าน	ก่อนคัดเลือก		หลังคัดเลือก	
	k	r	k	r
1. พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม	12	(-0.057) ถึง 0.580	9	0.259 ถึง 0.580
2. ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต	8	0.206 ถึง 0.474	8	0.206 ถึง 0.474
3. เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย	12	0.039 ถึง 0.539	10	0.250 ถึง 0.539
4. ความริเริ่มและความรับผิดชอบ	16	(-0.255) ถึง 0.655	10	0.210 ถึง 0.655
5. การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ	8	0.123 ถึง 0.655	7	0.204 ถึง 0.655
6. ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน	8	0.099 ถึง 0.408	6	0.223 ถึง 0.408
7. ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ	10	0.435 ถึง 0.644	10	0.435 ถึง 0.644
8. อำนาจจากภายในตน	10	0.099 ถึง 0.566	9	0.322 ถึง 0.566
9. คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง	12	0.110 ถึง 0.395	11	0.207 ถึง 0.395
10. ความต้องการสถานภาพ	14	0.035 ถึง 0.560	12	0.230 ถึง 0.560
11. ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ	10	0.134 ถึง 0.606	9	0.271 ถึง 0.606
รวมทั้งฉบับ	120	(-0.255) ถึง 0.655	101	0.204 ถึง 0.655

จากตาราง 3 พบว่าแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามจำนวน 12 ข้อ ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 12 ข้อ ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 16 ข้อด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 8 ข้อ ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 8 ข้อด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 10 ข้อ ด้านอำนาจจากภายในตนจำนวน 10 ข้อ ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 12 ข้อ ด้านความต้องการสถานภาพจำนวน 14 ข้อ ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือจำนวน 10 ข้อก่อนทำการคัดเลือกมีค่าอำนาจอยู่ระหว่าง (-0.255) ถึง 0.655 ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกข้อคำถามไว้ดังนี้

ด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามจำนวน 12 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 9 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.259 ถึง 0.580 ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 8 ข้อค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.206 ถึง 0.474 ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย จำนวน 12 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.250

ถึง 0.539 ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 16 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.210 ถึง 0.655 ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 8 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 7 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.204 ถึง 0.655 ด้านความจริงใจและมีอารมณ์ขันจำนวน 8 ข้อ คัดเลือกไว้ จำนวน 6 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.223 ถึง 0.408 ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 10 ข้อคัดเลือกไว้จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่างจำนวน 0.435 ถึง 0.644 ด้านอำนาจจากภายในตนจำนวน 10 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 9 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.322 ถึง 0.566 ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 12 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 11 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.207 ถึง 0.395 ด้านความต้องการสถานภาพจำนวน 14 ข้อ คัดเลือกไว้จำนวน 12 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.230 ถึง 0.560 ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือจำนวน 10 ข้อคัดเลือกไว้จำนวน 9 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.271 ถึง 0.606 หลังทำการคัดเลือกมีค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.204 ถึง 0.655

2. ผลวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือจากการทดลองใช้ครั้งที่ 2

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดไปทดลองครั้งที่ 2 โดยเก็บข้อมูลกับนักศึกษานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยสยาม และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 298 จากนั้นนำผลการตอบแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ มาวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตาราง 4

2.1 ค่าอำนาจจำแนกวิธีหาค่าสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation และค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ตาราง 4 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการจากการทดลองครั้งที่ 2

ด้าน	k	ค่าอำนาจจำแนก r	k	ค่าอำนาจจำแนก r	ค่าความ เชื่อมั่น (α)
1. พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม	9	0.163 ถึง 0.439	8	0.202 ถึง 0.439	0.639
2. ความต้องการความสำเร็จและ การเติบโต	8	0.351 ถึง 0.457	8	0.351 ถึง 0.457	0.688
3. เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย					
4. ความริเริ่มและความรับผิดชอบ	10	0.197 ถึง 0.548	9	0.315 ถึง 0.548	0.791
5. การแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ	10	0.190 ถึง 0.410	9	0.264 ถึง 0.410	0.674
6. ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน	7	0.232 ถึง 0.583	7	0.232 ถึง 0.583	0.659
7. ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ	6	0.098 ถึง 0.454	5	0.330 ถึง 0.454	0.633
8. อำนาจจากภายในตน	10	0.175 ถึง 0.526	9	0.276 ถึง 0.526	0.692
9. คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง	9	0.155 ถึง 0.343	7	0.221 ถึง 0.343	0.537
10. ความต้องการสถานภาพ	11	0.302 ถึง 0.515	11	0.302 ถึง 0.515	0.754
11. ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความ น่าเชื่อถือ	12	0.162 ถึง 0.599	11	0.205 ถึง 0.599	0.761
	9	0.071 ถึง 0.762	6	0.241 ถึง 0.762	0.856
รวมทั้งฉบับ	101	0.071 ถึง 0.762	90	0.202 ถึง 0.762	0.858

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 4 สรุปได้ว่า ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ที่เก็บจากการกลุ่มตัวอย่างจำนวน 298 คน

1) ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.163 ถึง 0.439 จำนวน 9 ข้อ และค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.202 ถึง 0.439 จำนวน 8 ข้อ

2) ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตมีค่าอยู่ระหว่าง 0.351 ถึง 0.457 จำนวน 8 ข้อ

3) ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายมีค่าอยู่ระหว่าง 0.197 ถึง 0.548 จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.351 ถึง 0.458 จำนวน 9 ข้อ 4) ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.190 ถึง 0.410 จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.264 ถึง 0.410 จำนวน 9 ข้อ 5) ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.232 ถึง 0.583

จำนวน 7 ข้อ 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันมีค่าอยู่ระหว่าง 0.098 ถึง 0.454 จำนวนข้อ 6 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.330 ถึง 0.454 จำนวน 5 ข้อ 7)ด้านค้นหาและใช้ ข้อมูลป้อนกลับมีค่าอยู่ระหว่าง 0.175 ถึง 0.526 จำนวน 10 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่า อยู่ระหว่าง 0.276 ถึง 0.526 จำนวน 9 ข้อ 8)ด้านอำนาจจากภายในตนมีค่าอยู่ระหว่าง 0.155 ถึง 0.343 จำนวน 9 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.221 ถึง 0.343 จำนวน 7 ข้อ 9)ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.302 ถึง 0.515 จำนวน 11 ข้อ 10)ด้านความ ต้องการสถานภาพมีค่าอยู่ระหว่าง 0.162 ถึง 0.599 จำนวน 12 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.205 ถึง 0.599 จำนวน 11 ข้อ 11)ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.071 ถึง 0.762 จำนวน 9 ข้อ ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.241 ถึง 0.762 จำนวน 6 ข้อ

ส่วนค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 1)ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายามมีค่า 0.639 2)ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตมีค่า 0.688 3)ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายมีค่า 0.791 4)ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบมีค่า 0.674 5)ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อมีค่า 0.659 6)ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันมีค่า 0.633 7)ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับมีค่า 0.692 8)ด้านอำนาจจากภายในตนมีค่า 0.537 9)ด้านคิด พิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงมีค่า 0.754 10)ด้านความต้องการสถานภาพมีค่า 0.761 และ 11)ด้าน ยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือมีค่า 0.856 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.858

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2555 ของมหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยสยาม และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยประกอบด้วย 5 สาขาวิชาได้แก่ การตลาด การจัดการ การบัญชี การเงิน และคอมพิวเตอร์ธุรกิจจำนวน 363 คน ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีจำนวน 1 ฉบับ ประกอบด้วยวัดด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายามจำนวน 8 ข้อ ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโตจำนวน 8 ข้อด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 9 ข้อ ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 9 ข้อ ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 7 ข้อ มีด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขันจำนวน 5 ข้อ ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับจำนวน 9 ข้อ ด้านอำนาจภายในตนจำนวน 7 ข้อ ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 11 ข้อ ด้านความต้องการสถานภาพจำนวน 11 ข้อ ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือจำนวน 6 ข้อรวมทั้งฉบับจำนวน 90 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.858 โดยแบบวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ในการจัดทำวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบวัดในการคัดเลือกข้อความที่มีคุณภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ทำรายงานผลการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 โดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัด ด้วยการพิจารณาคุณภาพรายข้อโดยวิธีหาสหสัมพันธ์ Corrected Item Total Correlation การหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

สรุปผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจความสอดคล้องของคำถามกับแนวคิดหลักที่ใช้ในการสร้างแบบวัดปรากฏดังนี้

1. ค่าอำนาจจำแนก ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ มี 1 ฉบับคือแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านพันธะความมุ่งมั่นและความพยายาม จำนวน 8 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.202 ถึง 0.439

ด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโต จำนวน 8 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.351 ถึง 0.457 ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมายจำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.315 ถึง 0.548 ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบจำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.264 ถึง 0.410 ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อจำนวน 7 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.232 ถึง 0.583 ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน จำนวน 5 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.330 ถึง 0.454 ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ จำนวน 9 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.276 ถึง 0.526 ด้านอำนาจจากภายในตน จำนวน 7 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.221 ถึง 0.343 ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงจำนวน 11 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.302 ถึง 0.515 ด้านความต้องการสถานภาพ จำนวน 11 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.205 ถึง 0.599 ด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 6 ข้อ มีค่าระหว่าง 0.241 ถึง 0.762 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการฉบับใหม่จำนวน 90 ข้อ

2. ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.858 ผ่านเกณฑ์ตามทฤษฎีการวัดผลด้านคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบวัด

ภาพรวมสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านพันธะ ความมุ่งมั่นและความพยายามด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโต ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน ด้านอำนาจจากภายในตน ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง ด้านความต้องการสถานภาพและด้านยึดถือหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดี

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์และการสรุปผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

1.1 จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ได้จำนวน 11 องค์ประกอบ จำนวน 90 ข้อ

1.2 จากผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจพบว่า แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ด้านค่าอำนาจจำแนก ความเชื่อมั่นของแบบวัด ปรากฏผลดังนี้

1.2.1 ค่าความเที่ยงตรงของแบบวัดค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามและนิยามที่กำหนดไว้ รวมถึงความถูกต้องเหมาะสมของการใช้ภาษาและรูปแบบของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ แล้วนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป โดยคัดเลือกข้อความไว้ทั้งหมด 120 ข้อ ซึ่งพบว่าค่า IOC ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 แสดงว่าแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับลัวิน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 249) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จึงถือว่าแบบทดสอบสามารถวัดได้ตรงตามนิยามที่กำหนดไว้

1.2.2 ค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจผู้วิจัยจึงคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า .20 ได้ข้อคำถามจำนวน 90 ข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกระหว่างซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการวัดผลลัวินสายยศและอังคณาสายยศ (2538: 210 – 218) กล่าวไว้ว่าข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้จะมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .20 และถ้าข้อสอบ ข้อนั้นค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง $+1$ ถ้าคำนวณออกมาเป็นค่าเป็นบวกสูงแปลว่าอำนาจจำแนกดี แต่ถ้ามีค่าลบหรือ 0 ถือว่าอำนาจจำแนกใช้ไม่ได้ค่าอำนาจจำแนกที่ถือว่าจำแนกคนเก่งและอ่อนได้จะใช้ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไปพบว่าแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 120 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนก (r) การทดลองใช้ครั้งที่ 1 อยู่ระหว่าง (-0.255) ถึง 0.655 ค่าอำนาจจำแนกที่มีค่ามากกว่า 0.20 มีจำนวน 101 ข้อ น้อยกว่าค่า 0.20 มีจำนวน 19 ข้อ สาเหตุเนื่องจากการทดลองใช้ครั้งแรกอาจมีข้อบกพร่องหลายประการเช่น ลักษณะของข้อคำถามที่บ่งชี้ในทางคุณลักษณะผู้ประกอบการไม่เด่นชัดเกินไป แบบวัดมีจำนวนมากทำให้ต้องใช้เวลาในการทำแบบวัดนานเกินไป ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่ค่าอำนาจจำแนกมากกว่า .20 จำนวน 101 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.204 ถึง 0.655 เมื่อนำแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ จำนวน 101 ข้อ ไปทดสอบครั้งที่ 2 พบว่า มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.071 ถึง 0.762 ค่าอำนาจจำแนกที่มากกว่า 0.20 จำนวน 90 ข้อ น้อยกว่าค่า 0.20 มีจำนวน 11 ข้อ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.20 ไว้จำนวน 90 ข้อ อยู่ระหว่าง 0.202 ถึง 0.762

1.2.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาคจากแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการจำนวน 90 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.858 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์การพิจารณาทางทฤษฎีการวัดผล เกณฑ์การพิจารณาระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ ควรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป และเครื่องมือวัดความรู้สึกรู้สึกหรือจิตพิสัยควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างต่ำ 0.70

(บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. 2545: 150) ซึ่งสอดคล้องกับล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 315) ซึ่งได้กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นควรมีค่ามากกว่า 0.70 จึงจะเป็นแบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่นได้ เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่น ทั้งรายด้านและรายฉบับที่คำนวณได้จากสูตรของครอนบาคแบบวัดจำนวน 11 ด้าน แต่เครื่องมือก็ยังมีจุดอ่อนอยู่บ้างคือ การเลือกสร้างเครื่องมือแบบ Rating Scale ยังไม่สามารถวัดได้ตรงกับตัวแปรในการวิจัยซึ่งเป็นตัวแปรมีลักษณะการแสดงความรู้สึกหรือพฤติกรรมแบบวัดที่เหมาะสมกับตัวแปรในลักษณะนี้ควรจะเป็นแบบสถานการณ์จะสามารถวัดได้ตรงประเด็นและชัดเจนเพราะเครื่องมือแบบ Rating Scale บางครั้งผู้ตอบจะตอบไม่ตรงความจริง ดังนั้น เครื่องมือแบบการกำหนดสถานการณ์ จะเหมาะสมและวัดได้อย่างชัดเจนในลักษณะของตัวแปรทางด้านพฤติกรรม

เมื่อพิจารณาคุณภาพด้านค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น พบว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณาของแบบวัด 11 ด้าน จึงสรุปได้ว่าแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมีคุณภาพตามเกณฑ์ของการสร้างแบบวัด

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

ด้านการนำผลการวิจัยไปใช้

แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่สร้างขึ้นนี้สามารถนำไปใช้ตรวจสอบคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพิจารณาคัดกรองหรือเลือกสรรบุคคลที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการนำมาปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง หรือใช้ประกอบการพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในระหว่างการเรียนการสอน เพื่อให้ศึกษามีคุณลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ โดยอาจศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านอื่นเพิ่มเติมให้ครอบคลุมและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพราะมีคุณลักษณะผู้ประกอบการอีกหลายอย่างที่มีความสำคัญต่อการศึกษาของนักศึกษาและผู้สนใจ
2. ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีรูปแบบอื่นหรือการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมคุณลักษณะผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป). *ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- เกษม สาทย์ทิพย์. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัย*. กรุงเทพฯ: นิเวศน์นคร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2548). *การฝึกอบรมบุคลากรในองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชรินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์. (2543). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ฐิติรัตน์ มีมาก; ฉัตยาพร เสมอใจ; และคมกฤช ปิติฤกษ์. (2552). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณัฐกา สงวนวงษ์. (2552). *การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2553). *โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2554, จาก <http://www.nec.bus.ku.ac.th.nec2010.swf>
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2554). *หลักสูตรคณะบริหารธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2554, จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/facultyies/business/index.php>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *การวัดผลการประเมินผลทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม*. ม.ป.พ.
- บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. (2521). *การทดสอบแบบอิงเกณฑ์. แนวคิดและวิธีการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- (2545). *ประมวลสาระชุดวิชาการพัฒนาเครื่องมือสำหรับประเมินผลการศึกษา(หน่วยที่ 3)*. นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป. (2548). *อนาคตประเทศไทย 2552*. พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ: สุานมีเดียเน็ตเวิร์ค.
- ฝนทิพย์ ฆารไสว. (2555). *การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย*. พิษณุโลก: ม.ป.พ. ถ่ายเอกสาร.
- พิบูล ทีปะपाल; และธนวัฒน์ ทีปะपाल. (2552). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- วัชรีย์ ไหมแจริญ. (2550). *คุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบผลสำเร็จในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีวิทยานิพนธ์ สาขาการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*. ลพบุรี: ม.ป.พ. ถ่ายเอกสาร.
- วุฒิชัย จงคำนิ่งศีล. (2547). *การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ. ถ่ายเอกสาร.
- วุฒิชัย เหมาะใจ. (2550). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จที่ตั้งศูนย์การค้าเซียร์รังสิต*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2546). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่น ๆ. (2541). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ธีระพีสม์และไซเท็กซ์
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *ทฤษฎีการตลาดดั้งเดิม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร; และคนอื่น ๆ. (2549). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำเร็จในภาคใต้ : ภาคการบริการ อารยธรรมเศรษฐกิจและบริหารธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยทักษิณ. 2(1): (ธันวาคม 2550): 25 – 33.
- สมคิด บางโม. (2553). *การเป็นผู้ประกอบการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- ส.วาสนา ประवालพฤษ์. (ม.ป.ป). *การวิเคราะห์องค์ประกอบ*. (เอกสารประกอบการสอน วิชาวัดผล 522). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สิริลักษณ์ หาญพัฒนานุกุล. (2543). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้หญิงไทยสายเทคโนโลยีในการเป็นผู้ประกอบการอาชีพอิสระ*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2555). *สถาบันอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.mua.go.th/university.html>
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2550). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อุทัย นีร์ญโต. (2546). *สารานุกรมศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วัชรินทร์การพิมพ์.
- อารีย์ งามศิริพัฒนานุกุล. (2551, มีนาคม). *ปีโอไอร่วมสร้าง SMEs ไทยวารสารส่งเสริมการลงทุน*. 19(3): 11-13.
- อำนาจ ธีระวนิช. (2549). *ผู้ประกอบการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มาเธอร์บอสแพคเก็จจิ้ง.

- Anastasi Anne. (1988). *Psychological Testing Fifth Editor* New York Macmillan Publishing Co.Inc.
- Banfe, Charles. (1999). *Entrepreneur: From Zero To Hero How to Be a Blockbuster Entrepreneur*. New York: Van Nostrand Rein bold.
- Barnard, C.I. (1970). *The Function of the executive*.Cambridge, Mass: HarvardUniversity Press.
- Chau, Theadora. (2000). *Capturing the Entrepreneurial Spirit a study to Identify the Personality characteristics of Entrepreneurs*.Dissertation Abstract. 57(12): 5217. Ph.D Los Angeles: California School of Professional Psychology.
- Etaioni, A. (1996). *Modern Organization*. New Jersey: Prentice-hall.
- Gronlund.N P. (1976). *Measurement and Evaluation in Teaching*. 3rd ed. New York: n.p.
- Kuratko, Donald; & Hodgetts, Richarf M. (1995). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. 3rd ed. Orlando: The den.
- La Grange Daniel Coenraad. (1999, May). A comparative Study Between Intra-and Entrepreneurs In Term of Personality Trait Career Orientation. *Work Orientation and Quality of Work Life Abstract*. 59(09): 3347.
- Lambing, Peggy; & Kuchl, Charles. (1997). *Entrepreneurship*. New Jerrsey: Prentice Hall.
- Lindsey. William H. (1999, May). An Exploratory Study of Entrepreneurial Personality Traits Evidences Among Advanced Nurse Practice Students In Texas Using TheMyersBriggs Type Indicator. *(RTM) M.B.A Abstract*. 59(09): 3359.
- Spencer, Barbara. (2002. May). The Role of Personality Dimensions and Occupational Preferences on the Formation of Entrepreneurial Intention. *Dissertation Abstract*. 57(09): 5920.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics An Introductory Analysis Third Edition*. New York: Haper and Row Publication.
- Zimmerer, Thomas W.; & Scarborough, Norman M. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall.





ภาคผนวก ก

คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ตาราง 5 ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจจำนวน 150 ข้อ (พิจารณาค่า IOC = 0.60 ขึ้นไป)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	1	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	2	1	1	1	0	0	0.60	ใช้ได้
	3	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	5	0	1	1	1	0	0.60	ใช้ได้
	6	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	7	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	8	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	9	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	10	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	11	0	1	1	0	0	0.40	ตัดทิ้ง
	12	1	1	0	0	1	0.60	ใช้ได้
	13	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2	14	0	1	-1	0	0	0.00	ตัดทิ้ง
	15	1	1	-1	0	1	0.40	ตัดทิ้ง
	16	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	17	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	18	1	-1	0	1	1	0.40	ตัดทิ้ง
	19	1	-1	0	1	0	0.20	ตัดทิ้ง
	20	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	21	1	-1	0	1	0	0.20	ตัดทิ้ง
	22	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	23	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	24	0	1	1	1	1	0.80	ใช้ได้

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
2	25	0	0	0	1	0	0.20	ตัดทิ้ง
	26	1	1	-1	0	-1	0.00	ตัดทิ้ง
	27	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	28	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
3	29	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	30	1	1	0	1	-1	0.40	ตัดทิ้ง
	31	0	0	1	1	1	0.60	ใช้ได้
	32	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	33	0	1	0	1	0	0.40	ตัดทิ้ง
	34	0	-1	1	1	-1	0.00	ตัดทิ้ง
	35	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	36	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	37	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	38	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	39	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	40	1	1	-1	1	1	0.60	ใช้ได้
	41	1	1	-1	1	1	0.60	ใช้ได้
	42	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	43	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
4	44	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	45	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	46	1	-1	0	0	0	0.00	ตัดทิ้ง
	47	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	48	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	49	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
4	50	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	51	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	52	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	53	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	54	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	55	1	-1	0	1	1	0.40	ตัดทิ้ง
	56	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	57	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	58	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	59	0	1	0	1	1	0.60	ใช้ได้
	60	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	61	1	-1	0	0	1	0.20	ตัดทิ้ง
	62	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
5	63	0	1	0	0	1	0.40	ตัดทิ้ง
	64	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	65	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	66	0	-1	0	1	0	0.00	ตัดทิ้ง
	67	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	68	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	69	1	-1	0	1	0	0.20	ตัดทิ้ง
	70	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	71	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	72	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	73	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
6	74	1	-1	0	0	1	0.20	ตัดทิ้ง
	75	1	1	0	0	0	0.40	ตัดทิ้ง
	76	1	0	0	1	0	0.40	ตัดทิ้ง
	77	1	-1	-1	1	1	0.20	ตัดทิ้ง
	78	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	79	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	80	1	1	0	0	1	0.60	ใช้ได้
	81	1	-1	1	1	1	0.60	ใช้ได้
	82	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	83	1	-1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	84	1	-1	1	1	1	0.60	ใช้ได้
7	85	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	86	1	-1	0	1	1	0.40	ตัดทิ้ง
	87	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	88	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	89	0	1	0	1	1	0.60	ใช้ได้
	90	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	91	1	1	-1	1	1	0.60	ใช้ได้
	92	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	93	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	94	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	95	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	96	1	1	-1	1	0	0.40	ตัดทิ้ง

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
7	97	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8	98	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	99	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	100	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	101	1	1	1	0	1	0.80	ใช้ได้
	102	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	103	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	104	1	1	-1	1	1	0.60	ใช้ได้
	105	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	106	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	107	0	0	0	1	1	0.40	ตัดทิ้ง
	108	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
9	109	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	110	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	111	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	112	1	-1	1	1	0	0.40	ตัดทิ้ง
	113	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	114	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	115	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	116	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	117	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	118	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	119	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	120	1	1	0	1	-1	0.40	ตัดทิ้ง
	121	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
9	122	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10	123	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	124	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	125	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	126	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	127	1	-1	0	0	1	0.20	ตัดทิ้ง
	128	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	129	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	130	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	131	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	132	1	1	0	1	1	0.80	ใช้ได้
	133	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	134	1	0	-1	0	-1	-0.20	ตัดทิ้ง
	135	1	1	-1	1	0	0.40	ตัดทิ้ง
136	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้	
137	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้	
138	1	0	1	1	1	0.80	ใช้ได้	
139	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้	
11	140	1	1	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	141	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	142	1	1	1	1	-1	0.60	ใช้ได้
	143	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	144	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	145	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	146	-1	1	1	1	1	0.60	ใช้ได้

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้าน	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
11	147	1	1	0	1	0	0.60	ใช้ได้
	148	-1	1	0	1	1	0.40	ตัดทิ้ง
	149	1	1	1	1	0	0.80	ใช้ได้
	150	1	0	0	1	1	0.60	ใช้ได้





ตาราง 6 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม

1. พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	1.	-0.057	คัดออก
	2.	0.259	นำไปใช้
	3.	0.265	นำไปใช้
	4.	0.138	คัดออก
	5.	0.557	นำไปใช้
	6.	0.305	นำไปใช้
	7.	-0.039	คัดออก
	8.	0.333	นำไปใช้
	9.	0.355	นำไปใช้
	10.	0.436	นำไปใช้
	11.	0.394	นำไปใช้
	12.	0.580	นำไปใช้

ตาราง 7 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะ ผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโต

2. ความต้องการความสำเร็จ และการเติบโต	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	13.	0.221	นำไปใช้
	14.	0.360	นำไปใช้
	15.	0.446	นำไปใช้
	16.	0.231	นำไปใช้
	17.	0.474	นำไปใช้
	18.	0.279	นำไปใช้
	19.	0.384	นำไปใช้
	20.	0.206	นำไปใช้

ตาราง 8 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย

3. เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	21	0.506	นำไปใช้
	22	0.312	นำไปใช้
	23	0.250	นำไปใช้
	24	0.376	นำไปใช้
	25	0.290	นำไปใช้
	26	0.444	นำไปใช้
	27	0.136	คัดออก
	28	0.276	นำไปใช้
	29	0.539	นำไปใช้
	30	0.373	นำไปใช้
	31	0.252	นำไปใช้
	32	0.039	คัดออก

ตาราง 9 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ

4. ความริเริ่มและความรับผิดชอบ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	33	-0.124	คัดออก
	34	0.054	คัดออก
	35	-0.015	คัดออก
	36	-0.255	คัดออก
	37	0.045	คัดออก
	38	0.103	คัดออก
	39	0.324	นำไปใช้
	40	0.255	นำไปใช้
	41	0.655	นำไปใช้
	42	0.511	นำไปใช้
	43	0.355	นำไปใช้
	44	0.328	นำไปใช้
	45	0.210	นำไปใช้
	46	0.552	นำไปใช้
	47	0.412	นำไปใช้
	48	0.451	นำไปใช้

ตาราง 10 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านการแก้ไขปัญหอย่างไม่ย่อ

5. การแก้ไขปัญหอย่างไม่ย่อ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	49	0.243	นำไปใช้
	50	0.224	นำไปใช้
	51	0.204	นำไปใช้
	52	0.123	คัดออก
	53	0.216	นำไปใช้
	54	0.638	นำไปใช้
	55	0.616	นำไปใช้
	56	0.655	นำไปใช้

ตาราง 11 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน

6. ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	57	0.340	นำไปใช้
	58	0.223	นำไปใช้
	59	0.408	นำไปใช้
	60	0.051	คัดออก
	61	0.099	คัดออก
	62	0.362	นำไปใช้
	63	0.387	นำไปใช้
	64	0.403	นำไปใช้

ตาราง 12 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ

7. ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	65	0.552	นำไปใช้
	66	0.498	นำไปใช้
	67	0.452	นำไปใช้
	68	0.644	นำไปใช้
	69	0.529	นำไปใช้
	70	0.581	นำไปใช้
	71	0.475	นำไปใช้
	72	0.616	นำไปใช้
	73	0.541	นำไปใช้
	74	0.435	นำไปใช้

ตาราง 13 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านอำนาจจากภายในตน

8. อำนาจจากภายในตน	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	75	0.435	นำไปใช้
	76	0.399	นำไปใช้
	77	0.099	คัดออก
	78	0.390	นำไปใช้
	79	0.566	นำไปใช้
	80	0.322	นำไปใช้
	81	0.378	นำไปใช้
	82	0.462	นำไปใช้
	83	0.489	นำไปใช้
	84	0.504	นำไปใช้

ตาราง 14 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง

9.คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	85	0.271	นำไปใช้
	86	0.233	นำไปใช้
	87	0.252	นำไปใช้
	88	0.235	นำไปใช้
	89	0.229	นำไปใช้
	90	0.395	นำไปใช้
	91	0.261	นำไปใช้
	92	0.367	นำไปใช้
	93	0.207	นำไปใช้
	94	0.110	คัดออก
	95	0.303	นำไปใช้
	96	0.241	นำไปใช้

ตาราง 15 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความต้องการสถานภาพ

10. ความต้องการสถานภาพ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	97	0.355	นำไปใช้
	98	0.035	คัดออก
	99	0.560	นำไปใช้
	100	0.348	นำไปใช้
	101	0.415	นำไปใช้
	102	0.282	นำไปใช้
	103	0.541	นำไปใช้
	104	0.156	คัดออก
	105	0.230	นำไปใช้
	106	0.523	นำไปใช้
	107	0.520	นำไปใช้
	108	0.464	นำไปใช้
	109	0.423	นำไปใช้
	110	0.276	นำไปใช้

ตาราง 16 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 1 แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านยี่ดื้อหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

11. ยี่ดื้อหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา
	111	0.271	นำไปใช้
	112	0.323	นำไปใช้
	113	0.606	นำไปใช้
	114	0.603	นำไปใช้
	115	0.490	นำไปใช้
	116	0.495	นำไปใช้
	117	0.316	นำไปใช้
	118	0.301	นำไปใช้
	119	0.383	นำไปใช้
	120	0.134	คัดออก



ภาคผนวก ค

คำอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2

ตาราง 17 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านพันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม

1. พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	1	0.202	นำไปใช้	1
	2	0.163	คัดออก	-
	3	0.432	นำไปใช้	2
	4	0.398	นำไปใช้	3
	5	0.262	นำไปใช้	4
	6	0.439	นำไปใช้	5
	7	0.363	นำไปใช้	6
	8	0.285	นำไปใช้	7
	9	0.314	นำไปใช้	8

ตาราง 18 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ

ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจด้านความต้องการความสำเร็จและการเติบโต

2. ความต้องการความสำเร็จ และการเติบโต	และ	ชื่อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการ พิจารณา	ลำดับข้อที่ นำไปใช้
		10	0.419	นำไปใช้	9
		11	0.351	นำไปใช้	10
		12	0.441	นำไปใช้	11
		13	0.457	นำไปใช้	12
		14	0.404	นำไปใช้	13
		15	0.408	นำไปใช้	14
		16	0.401	นำไปใช้	15
		17	0.361	นำไปใช้	16

ตาราง 19 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย

3. ด้านเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	18	0.315	นำไปใช้	17
	19	0.463	นำไปใช้	18
	20	0.488	นำไปใช้	19
	21	0.427	นำไปใช้	20
	22	0.509	นำไปใช้	21
	23	0.547	นำไปใช้	22
	24	0.548	นำไปใช้	23
	25	0.464	นำไปใช้	24
	26	0.475	นำไปใช้	25
	27	0.197	คัดออก	-

ตาราง 20 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ

4. ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	28	0.410	นำไปใช้	26
	29	0.328	นำไปใช้	27
	30	0.378	นำไปใช้	28
	31	0.190	คัดออก	-
	32	0.385	นำไปใช้	29
	33	0.398	นำไปใช้	30
	34	0.264	นำไปใช้	31
	35	0.275	นำไปใช้	32
	36	0.328	นำไปใช้	33
	37	0.390	นำไปใช้	34

ตาราง 21 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ

5. ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	38	0.232	นำไปใช้	35
	39	0.383	นำไปใช้	36
	40	0.432	นำไปใช้	37
	41	0.488	นำไปใช้	38
	42	0.583	นำไปใช้	39
	43	0.441	นำไปใช้	40
	44	0.279	นำไปใช้	41

ตาราง 22 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน

6. ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	45	0.380	นำไปใช้	42
	46	0.098	คัดออก	-
	47	0.454	นำไปใช้	43
	48	0.330	นำไปใช้	44
	49	0.398	นำไปใช้	45
	50	0.400	นำไปใช้	46

ตาราง 23 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ

7. ด้านค้นหาและใช้ข้อมูล ป้อนกลับ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการ พิจารณา	ลำดับข้อที่ นำไปใช้
	51	0.396	นำไปใช้	47
	52	0.308	นำไปใช้	48
	53	0.324	นำไปใช้	49
	54	0.276	นำไปใช้	50
	55	0.175	คัดออก	-
	56	0.326	นำไปใช้	51
	57	0.435	นำไปใช้	52
	58	0.526	นำไปใช้	53
	59	0.490	นำไปใช้	54
	60	0.451	นำไปใช้	55

ตาราง 24 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านอำนาจจากภายในตน

8. ด้านอำนาจจากภายใน ตน	ชื่อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการ พิจารณา	ลำดับข้อที่ นำไปใช้
	61	0.271	นำไปใช้	56
	62	0.229	นำไปใช้	57
	63	0.221	นำไปใช้	58
	64	0.170	คัดออก	-
	65	0.155	คัดออก	-
	66	0.298	นำไปใช้	59
	67	0.343	นำไปใช้	60
	68	0.309	นำไปใช้	61
	69	0.332	นำไปใช้	62

ตาราง 25 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง

9. ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	70	0.426	นำไปใช้	63
	71	0.494	นำไปใช้	64
	72	0.391	นำไปใช้	65
	73	0.459	นำไปใช้	66
	74	0.379	นำไปใช้	67
	75	0.418	นำไปใช้	68
	76	0.302	นำไปใช้	69
	77	0.313	นำไปใช้	70
	78	0.515	นำไปใช้	71
	79	0.481	นำไปใช้	72
	80	0.320	นำไปใช้	73

ตาราง 26 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านความต้องการสถานภาพ

10. ด้านความต้องการสถานภาพ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการพิจารณา	ลำดับข้อที่นำไปใช้
	81	0.284	นำไปใช้	74
	82	0.590	นำไปใช้	75
	83	0.599	นำไปใช้	76
	84	0.205	นำไปใช้	77
	85	0.162	คัดออก	-
	86	0.563	นำไปใช้	78
	87	0.448	นำไปใช้	79
	88	0.358	นำไปใช้	80
	89	0.419	นำไปใช้	81
	90	0.441	นำไปใช้	82
	91	0.254	นำไปใช้	83
	92	0.285	นำไปใช้	84

ตาราง 27 ค่าอำนาจจำแนกของกลุ่มตัวอย่างในการนำไปทดลองครั้งที่ 2 แบบวัดคุณลักษณะ
ผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ด้านยี่ดื้อหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

11. ด้านยี่ดื้อหลักคุณธรรม และมีความน่าเชื่อถือ	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ผลการ พิจารณา	ลำดับข้อที่ นำไปใช้
	93	0.071	คัดออก	-
	94	0.757	นำไปใช้	85
	95	0.736	นำไปใช้	86
	96	0.762	นำไปใช้	87
	97	0.690	นำไปใช้	88
	98	0.499	นำไปใช้	89
	99	0.138	คัดออก	-
	100	0.154	คัดออก	-
	101	0.241	นำไปใช้	90



ภาคผนวก ง

เครื่องมือแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ

แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ

แบบวัดฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลทั่วไปและแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ
สำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบวัดส่วนนี้ถามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา เมื่อนักศึกษาอ่านข้อความแล้วโปรดทำ
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○

-
1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. สถาบัน
- 1) มหาวิทยาลัยเกริก
- 2) มหาวิทยาลัยสยาม
- 3) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
3. สาขาวิชาที่กำลังศึกษา
- 1) สาขาวิชาการตลาด 2) สาขาวิชาการจัดการ
- 3) สาขาวิชาการบัญชี 4) สาขาวิชาการเงิน
- 5) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
4. นักศึกษาเคยทำโครงการธุรกิจจำลองหรือไม่
- 1) เคย 2) ไม่เคย

แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

คำชี้แจง แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการฉบับนี้เป็นการถามความคิดเห็น ความรู้สึก และการกระทำของนักศึกษา ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากนักศึกษา กรุณาตอบความเป็นจริงด้วยตนเอง

สมมุตินักศึกษาทำโครงการธุรกิจจำลองและเป็นเจ้าของกิจการ จากเหตุการณ์ข้างต้นนี้ให้นักศึกษาอ่านข้อความแต่ละข้อความและพิจารณาดูว่าข้อความนั้น ๆ ตรงกับระดับความคิดเห็น ความรู้สึก การกระทำของนักศึกษาในระดับใด

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 101 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

ด้านพันธะ ความมุ่งมั่นและความพยายาม

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
1.	นักศึกษามีความคิดเสมอว่าต้องเป็นผู้ชนะในการแข่งขันในเรื่องด้านการตลาดหรือการโฆษณา.....
2.	ถ้านักศึกษาแพ้ในการแข่งขันเกี่ยวกับการทำธุรกิจจำลองนักศึกษาจะกลับมาทบทวนและศึกษาใหม่อีกครั้ง.....
3.	นักศึกษาชอบคิดเกี่ยวกับโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมยอดขายอยู่เสมอ.....
4.	นักศึกษาจะเริ่มศึกษาค้นคว้างานต่อเมื่อใกล้จะถึงวันนำเสนอผลงานจริง.....
5.	นักศึกษามุ่งเทเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการนำเสนอผลงานการขายอย่างต่อเนื่อง
6.	นักศึกษามีการวางแผนก่อนการทำงานหรือก่อนการเรียนในแต่ละวิชาทุกครั้ง.....
7.	เมื่อนักศึกษากำลังนำเสนอผลงาน แต่ไม่มีใครฟังหรือสนใจนักศึกษาก็จะนำเสนอผลงานนั้นต่อไป

ด้านพันธะ ความมุ่งมั่นและความพยายาม

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
8.	เมื่อนักศึกษาได้รับมอบหมายต้องรับผิดชอบงานในหน้าที่การขายนักศึกษาจะมีความตั้งใจมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ.....

ด้านความต้องการความสำเร็จ และการเติบโต

9.	นักศึกษาต้องการที่จะแข่งขันให้ผลงานทางด้านการบริหารธุรกิจของนักศึกษาติดอันดับที่ดีอยู่เสมอ..
10.	เมื่อผลงานทางด้านการบริหารธุรกิจของนักศึกษาอยู่ในอันดับที่น่าพึงพอใจแล้ว นักศึกษาจะไปใจสนใจเรื่องอื่นแทน.....
11.	เมื่อเริ่มโครงการการตลาด นักศึกษาจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้งานของนักศึกษาสำเร็จด้วยดี.....
12.	นักศึกษาคิดอยู่เสมอที่จะพัฒนาผลงานทางด้านการบริหารธุรกิจให้สามารถพัฒนาต่อไปในอนาคต.....
13.	นักศึกษาตั้งใจที่จะเริ่มประกอบธุรกิจของตนเองหลังจากสำเร็จการศึกษาโดยเร็วที่สุด.....
14.	นักศึกษาชอบทำงานที่ให้ความรู้สึกท้าทายพร้อมกับที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ.....
15.	การฝึกงานในสถานการณืจริงช่วยให้นักศึกษาสั่งสมประสบการณ์ได้มากขึ้น.....
16.	นักศึกษารู้สึกหงุดหงิดเมื่อต้องสละเวลาส่วนตัวมาทำโครงการเกี่ยวกับธุรกิจจำลอง.....

ด้านเน้นโอกาสและเป้าหมาย

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
17.	นักศึกษาจะหาโอกาสที่จะให้เพื่อน ๆ รู้จักนักศึกษามากขึ้นเช่นการเข้าร่วมกิจกรรมเชียร์กิจกรรมฝึกการเป็นผู้นำ
18.	สำหรับการทำโครงการธุรกิจจำลอง นักศึกษาจะทุ่มเทเวลาให้กับการเรียนรู้ลำดับขั้นตอนในการทำงาน.....
19.	เมื่อมีการลงประกาศรับสมัครเข้าประกวดจัดกิจกรรมธุรกิจจำลองนักศึกษาจะเข้าร่วมการประกวด.....
20.	นักศึกษาเห็นด้วยกับความคิดที่ว่าไม่ควรเสียเวลากังวลกับผลประกอบการมากเกินไป.....
21.	นักศึกษายินดีให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจกับเพื่อน ๆ ในคณะและนอกคณะเพื่อจะได้โอกาสในการสื่อสารและเรียนรู้เพิ่มเติม.....
22.	นักศึกษาแสวงหาคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานของนักศึกษา.....
23.	เมื่อมีผู้ไม่เห็นด้วยกับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดนักศึกษาจะกลับไปพิจารณาปรับปรุงให้ดีขึ้น.....
24.	การดำเนินกิจการธุรกิจนักศึกษาระบุวันและเวลาในการทำงานให้ชัดเจนทุกครั้ง.....
25.	นักศึกษาจะใช้ป้ายประกาศตามสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นสื่อโฆษณาให้กับกิจการของนักศึกษาเอง.....

ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ

26.	ในความเป็นผู้ประกอบการนักศึกษาเห็นด้วยกับความคิดที่ว่าทุกอย่างเริ่มต้นใหม่ได้เสมอ.....
27.	นักศึกษารับผิดชอบทุกงานที่มีตนเองเป็นผู้กระทำ.....

ด้านความริเริ่มและความรับผิดชอบ

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
28.	นักศึกษาจะเริ่มต้นใหม่ได้เสมอในการปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจ.....
29.	นักศึกษาจะส่งผลงานหรืองานที่ได้รับหมายจากอาจารย์ก่อนกำหนดทุกครั้ง.....
30.	นักศึกษาจะลงมือทำงานโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์งานนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างถูกต้อง.....
31.	นักศึกษาชอบที่จะคิดหรือแสดงความคิดเห็นมากกว่าที่จะปฏิบัติตามจริง.....
32.	นักศึกษาชอบที่จะไปศึกษาปัจจัยทางการตลาดกับสถานการณ์จริงมากกว่า.....
33.	นักศึกษาพยายามคิดหาวิธีการขายหรือบริการใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม.....
34.	ความอยากรู้อยากเห็นเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักศึกษาต้องการทำโครงการธุรกิจจำลอง.....

ด้านการแก้ไขปัญหาอย่างไม่ย่อ

35.	ถ้าต้องเผชิญกับปัญหาหนักๆ นักศึกษาจะเลิกทำธุรกิจทันที.....
36.	นักศึกษาเห็นด้วยกับความคิดที่ว่าเวลาของการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นเรื่องที่สำคัญมาก.....
37.	เวลาที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับการบริหารโครงการธุรกิจจำลอง นักศึกษาจะพยายามที่จะหาสาเหตุของปัญหาให้ได้.....
38.	นักศึกษาจะค้นคว้าหาคำตอบของปัญหาธุรกิจด้วยตนเอง.....
39.	เมื่อมีลูกค้าหรือผู้สนใจมาวิจารณ์ธุรกิจของนักศึกษา นักศึกษาจะรับฟังด้วยความตั้งใจและเอาใจใส่.....

ด้านการแก้ไขปัญหอย่างไม่ย่อ

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
40.	นักศึกษาจะสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการหรือซื้อสินค้าในธุรกิจของนักศึกษา.....
41.	นักศึกษาจะกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไขปัญหาธุรกิจอย่างชัดเจน.....

ด้านความสมจริงและมีอารมณ์ขัน

42.	การสื่ออารมณ์และบุคลิกการแต่งกายนั้นไม่สำคัญกับการทำธุรกิจ.....
43.	เมื่อมีการวางแผนการตลาดเกี่ยวกับการขายนักศึกษาจะมีแผนสำรองแค่แผนเดียว.....
44.	นักศึกษากำหนดเวลาพักผ่อนและออกกำลังกายเป็นประจำเพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงพร้อมที่จะทำงาน.....
45.	ข่าวสารธุรกิจใช้เป็นข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการประกอบการโครงการธุรกิจจำลองได้.....
46.	เสียงดนตรีและการสร้างบรรยากาศที่สมจริงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเพิ่มยอดขายได้.....

ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ

47.	เมื่อนักศึกษาจะเปิดกิจการของตนเอง นักศึกษาจะมีการสำรวจตลาดก่อน.....
48.	เมื่อธุรกิจของนักศึกษาเกิดปัญหาที่ต้องการคำตอบ นักศึกษาจะเป็นผู้หาคำตอบด้วยตนเองเสมอ.....
49.	ในกลุ่มโครงการธุรกิจจำลองแบบเดียวกัน นักศึกษาจะไม่สอบถามข้อมูลกับเพื่อนร่วมงานในเรื่องผลประกอบการ.....

ด้านค้นหาและใช้ข้อมูลย้อนกลับ

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
50.	นักศึกษาจะมีการประชุมหรือพูดคุยกิจกรรมงานที่ต้องมอบหมายให้ดำเนินการอาทิตย์ละครั้ง.....
51.	นักศึกษาจะไม่ใช้ประสบการณ์ในอดีตที่ประกอบธุรกิจไม่ประสบผลสำเร็จมาเรียนรู้ที่จะประยุกต์ใช้ในธุรกิจปัจจุบัน.....
52.	ธุรกิจของนักศึกษามีการสร้างทีมงาน นักศึกษาและทีมงาน จะศึกษาค้นคว้าข้อมูลไปพร้อม ๆ กัน.....
53.	นักศึกษาจะใช้ประสบการณ์ในอดีตเช่นประสบการณ์จากการเรียนหรือการจัดกิจกรรมมาเป็นส่วนช่วยในการศึกษาข้อมูลในการประกอบธุรกิจ.....
54.	เมื่อนักศึกษาสรุปผลการสำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือการบริการในธุรกิจของนักศึกษาและจะทำการเสนอผลงานนั้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักในสร้างชื่อเสียง.....
55.	ในส่วนของข้อมูลผลิตภัณฑ์และข้อมูลด้านการบริการ นักศึกษาสามารถหาข้อมูลอ้างอิงแหล่งที่มาที่ไปของข้อมูลนั้นได้.....

ด้านอำนาจภายในตน

56.	นักศึกษาจะมีพลังความคิดเพิ่มขึ้นเมื่อนักศึกษาได้ทำงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ประสบความสำเร็จมาก่อน.....
57.	ความล้มเหลวเป็นแรงบันดาลใจให้นักศึกษาพยายามและฝึกฝนตนเองให้เกิดความสำเร็จ.....
58.	นักศึกษาชอบทำงานต่าง ๆ ด้วยตนเองมากกว่าอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่น.....

ด้านอำนาจจากภายในตน

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
59.	นักศึกษาเชื่อว่าการทำงานให้ได้ดีจะปราศจากความหมายถ้าไม่มีใครชื่นชม.....
60.	นักศึกษารู้สึกภาคภูมิใจเมื่อเพื่อน ๆ เสนอรายชื่อให้นักศึกษาเป็นหัวหน้าของโครงการในคณะบริหารธุรกิจ....
61.	เมื่อทำงานกันเป็นกลุ่มนักศึกษาสามารถสั่งการต่าง ๆ ในทีมได้
62.	นักศึกษามีความรู้สึกความกระตือรือร้นเพิ่มขึ้นเมื่อนักศึกษารู้สึกมีสภาวะความตึงเครียดเข้ามากดดัน.....

ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง

63.	นักศึกษาจะไม่กู้เงินจากสถาบันการเงินที่สามารถช่วยให้ลงทุนได้เพราะนักศึกษาถือว่าเป็นการลงทุนที่ต้องคืนทั้งต้นทุนและดอกเบี้ย.....
64.	เมื่อธุรกิจของนักศึกษาตกอยู่ในสถานะทางการเงินที่ฝืดเคืองนักศึกษาจะไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญก่อนเสมอ.....
65.	เมื่อธุรกิจต้องมีการลงทุนเพิ่ม นักศึกษาจะยังไม่ตัดสินใจลงทุนอะไรเพิ่มเติมถ้านักศึกษายังไม่ได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ.....
66.	นักศึกษาวินิจฉัยความเสี่ยงต่าง ๆ ทางด้านการเงินกับผู้เชี่ยวชาญหรืออาจารย์เสมอ.....
67.	เมื่อธุรกิจของนักศึกษามียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักศึกษาจะพิจารณาลงทุนเพิ่มเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น..

ด้านคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
68.	นักศึกษาจะไตร่ตรองเกี่ยวกับโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อที่จะเพิ่มยอดขายได้ของธุรกิจของนักศึกษา.....
69.	เมื่อนักศึกษามีความสนใจธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง นักศึกษาจะสำรวจสถานะการเงินก่อนที่จะลงทุน.....
70.	นักศึกษาคะวิเคราะห์ข่าวเศรษฐกิจก่อนที่จะตัดสินใจลงทุน.....
71.	การขยายสาขาเป็นเรื่องที่ไม่ต้องคิดพิจารณามาก เพราะนักศึกษาถือว่าเป็นการลงทุนเพิ่มเพื่อเพิ่มยอดขายได้.....
72.	เมื่อผลสรุปยอดขายได้ของผลประกอบการมีกำไรน้อย นักศึกษาจะเพิ่มการลงทุนยิ่งขึ้น.....
73.	นักศึกษาศึกษาพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ทางการตลาดจากผู้มีประสบการณ์เพื่อที่จะได้ประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ.....

ด้านความต้องการสถานภาพ

74.	นักศึกษาให้ความสำคัญกับการจัดอันดับรายการต่าง ๆ เช่น การจัดอันดับความน่าเชื่อถือ เป็นต้น.....
75.	การจัดอันดับรายการคุณภาพทางธุรกิจนั้นไม่สำคัญเท่ากับรายได้ของผลประกอบการ.....
76.	การจัดอันดับความน่าเชื่อถือไม่ช่วยในเรื่องรายได้ของผลประกอบการของธุรกิจนั้นดีขึ้น.....

ด้านความต้องการสถานภาพ

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ไม่จริง	ไม่จริง
77.	นักศึกษาจะทำสื่อสังคมออนไลน์เพื่อที่จะระบุดูดจำนวนผู้คนที่กดLikeเพื่อที่จะได้รับการยอมรับในสื่อสังคมออนไลน์.....
78.	นักศึกษาจะไม่อดทนกับสถานการณ์ที่นักศึกษาไม่พึงพอใจถึงแม้สิ่งนั้นจะทำให้อันดับของนักศึกษาดีขึ้นก็ตาม.....
79.	นักศึกษาคิดว่าการใช้สื่อพูดคุยหรือสื่อที่เรียกปากต่อปาก จะได้ผลเร็วกว่าใช้สื่อสิ่งพิมพ์.....
80.	นักศึกษาจะเข้าการแข่งขันกับกิจกรรมกับองค์กรต่างๆ ที่จัดการแข่งขันเกี่ยวกับการทำธุรกิจ.....
81.	นักศึกษาจะนำป้ายโฆษณาไปเสนอทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมในที่มีผู้คนเยอะ.....
82.	นักศึกษาจะให้ของขวัญในเทศกาลหรือโอกาสพิเศษต่างๆ โดยเป็นผลงานของนักศึกษาเองเพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้คน.....
83.	นักศึกษาสามารถชักชวนบุคคลที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานเพื่อช่วยให้งานบรรลุเป้าหมายได้.....
84.	นักศึกษาขอเรียนรู้อะไรใหม่ๆ เพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยให้เป็นที่ยอมรับจากสังคมมากขึ้น.....

ด้านยึดหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

85.	นักศึกษาชอบของราคาถูกและลดราคา ถึงแม้สิ่งนั้นใกล้จะหมดอายุแล้วก็ตาม.....
-----	--------------------------------------------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

ด้านยึดหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความสอดคล้องกับความเป็นจริง				
		จริง	ค่อนข้างจริง	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง
86.	นักศึกษาคิดว่าเรื่องมาตรฐานการรับรองไม่สำคัญเท่าต้นทุนที่มีอย่างจำกัด.....
87.	หากรายได้ผลประกอบการลดลง สิ่งแรกที่นักศึกษาจะทำคือการลดคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อประหยัดต้นทุน..
88.	เมื่อมีลูกค้าล้มสินค้าหรือของมีค่านักศึกษาจะไม่ตามลูกค้าแต่จะเก็บของนั้นไว้ให้เพื่อจะให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุนต่อ.....
89.	เมื่อมีลูกค้ามาคืนสินค้าเพราะไม่พอใจสินค้านั้น นักศึกษาจะคืนมูลค่าสินค้าบางส่วนให้กับลูกค้า.....
90.	นักศึกษาไม่ชอบการบีบบังคับใด ๆ ที่สื่อถึงความไม่มีจริยธรรมในทางธุรกิจ.....

ข้อเสนอแนะ

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์ ดร.อรอุมา เจริญสุข	ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.สรศักดิ์สรณ์ ันตกรมลัทธน์	ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.ละเอียด รัชเณร์	ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระวีวรรณ พันธุ์พานิช	ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Dr.Wayne Albert Hamra	ภาควิชาการบัญชี คณะบริหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก





ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	จิตตภรณ์ พุทธฉายา
วันเดือนปีเกิด	29 พฤศจิกายน 2526
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	ประถมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนราษฎร์ศึกษา จังหวัดสระบุรี
พ.ศ. 2544	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม จังหวัดสระบุรี
พ.ศ. 2549	บริหารธุรกิจ เอกวิชาการจัดการหลักสูตรภาษาไทย จาก มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก (วิทยาลัยมิชชั่น)
พ.ศ. 2557	การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ