

การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
พฤษภาคม 2552

การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2552

ณัฐกา สงวนวงษ์. (2552). การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพแบบทดสอบวัดคุณ
ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้
ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 คน ซึ่งได้มาจากการ
สุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การหาค่าความเที่ยงตรงโดย
วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) การหาค่าอำนาจจำแนกโดยใช้
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) การหา
ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (a-coefficient) การหาเกณฑ์ปกติ (Norms) โดยการหา
ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile Rank) และสถิติ MANOVA

ผลการศึกษาพบว่า

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมมี 10 คุณลักษณะ คือ มีทักษะการบริหารธุรกิจ มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ
มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความคิด
สร้างสรรค์ มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น มีความอดทนมุ่งมั่น มีจรรยาบรรณในธุรกิจ มีความ
สามารถในการสร้างทีมและภารกิจ และทำงานหนัก

2. แบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีค่า
อำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.219 – 0.742 โดยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีมาก สามารถนำไปใช้เป็น
เครื่องมือในการวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบในแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .6486 – .9147 และ
ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ .9543 แสดงว่าแบบทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นสูง

4. คะแนนเกณฑ์ปกติ (Norm) ของแบบทดสอบในรายด้าน มีช่วงคะแนน T อยู่ระหว่าง
 $T_2 - T_{73}$ ครอบคลุมคะแนนดิบตั้งแต่ 34 – 193 และจัดอยู่ในช่วงระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์ 0.00-99.62 ซึ่ง
เป็นคะแนนเกณฑ์ปกติที่ครอบคลุมตั้งแต่คะแนนที่ได้ต่ำสุดไปจนถึงคะแนนที่ได้สูงสุด จึงสามารถนำ
ไปใช้ในการแปลผลแบบทดสอบที่สร้างขึ้นได้

5. การเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการสูงกว่ากลุ่มตัวอย่าง
ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ (non-SMEs) โดยมีความแตกต่างกันทั้งรายด้าน (10 ด้าน) และรวมทั้ง
ฉบับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

A CONSTRUCTION OF THE ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS TESTING
FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES



AN ABSTRACT
BY
NATTA SANGUANWONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Guidance and Counseling Psychology
at Srinakharinwirot University

May 2009

Nattaka Sanguanwong. (2009). *A Construction of the Entrepreneurial Characteristics Testing For Small And Medium Enterprises*. Master's Project, M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Dr. Totsaworn Maneesrikum.

The purposes of this research was to construct the Entrepreneurial Characteristics Testing For Small And Medium Enterprises. The Sample Group consisted of 500 entrepreneurs in Bangkok , and was selected by convenient random sampling . Exploratory factor analysis, discrimination power, reliability coefficient, percentile ranks, normalized T-Score, and MANOVA were used to analyze the data.

The results of this research were as follows:

1. A Construction of the Entrepreneurial Characteristics Testing for Small and Medium Enterprises comprised of 10 factors: 1) Business Management Skills, 2) Achievement Orientation Habits, 3) Continuous Development of Knowledge of Goods and Services, 4) Locus of Control, 5) Creative Thinking, 6) Managerial Skills, 7) Endurance. 8) Business Ethics, 9) Teamwork Competency, and 10) Hard work.

2. The Entrepreneurial Characteristics Testing For Small And Medium Enterprises Showed the discrimination power ranked from 0.219 to 0.742, the cross-check of internal consistency showed a Cronbach's alpha of .9543, the Entrepreneurial Characteristics Testing For Small And Medium Enterprises norms for raw scores corresponding to designated percentiles, 0.00th to 99.62th percentile ranks, and T-scores, T_2 to T_{73}

3. The Entrepreneurial Characteristics differentiate between SMEs and non-SMEs showed SMEs have higher entrepreneurial characteristics than non-SMEs as a whole, and of the 10 individual aspects, there was a significant difference at .01 level

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ของ ณิชกา สงวนวงษ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตร ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.องอาจ นัยพัฒน์)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทศพร มณีศรีข้า
ประธานควบคุมสารนิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ช่วย
เหลือ เสนอแนะแนวทาง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบ
ขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พาสนา
จุลรัตน์ และอาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง ที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและให้คำ
แนะนำต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบทดสอบให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา และอาจารย์ ดร.มณฑิรา
จารุเพ็ง ที่กรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) โครงการส่งเสริมและพัฒนาความรู้แก่ SMEs สมาคมส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สมาคมอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สมาคมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมสตรีไทย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์โดยอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ในงานสัมมนาต่างๆ ของหน่วยงาน และขอกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการทุกท่านเป็นอย่างสูงที่
กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการทำแบบทดสอบ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้เป็น
อย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณตา คุณยาย บิดา ญาติพี่น้องในครอบครัว และกัลยาณมิตรทุกคน
ของผู้วิจัยซึ่งไม่อาจกล่าวนามได้หมด ณ ที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือทั้งด้านทุนทรัพย์ ช่วยในการเก็บ
ข้อมูลในแต่ละขั้นตอน รวมทั้งเป็นกำลังใจกาย กำลังใจอันเข้มแข็งแก่ผู้วิจัยอย่างต่อเนื่องตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่ผู้อ่านได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นคุณความดีของผู้มีพระ
คุณ และผู้มีคุณูปการทุกท่านดังที่ได้กล่าวมา

ณัฐกา สงวนวงษ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	12
ความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	12
คุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	19
ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	24
การจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Groups)	26
การพัฒนาแบบทดสอบทางจิตวิทยา	29
ความหมายแบบทดสอบทางจิตวิทยา.....	29
คุณลักษณะของแบบทดสอบทางจิตวิทยา.....	30
การหาคุณภาพแบบทดสอบทางจิตวิทยา	31
อำนาจจำแนก (Discrimination)	31
ความเที่ยงตรง (Validity)	32
ความเชื่อมั่น (Reliability)	35
เกณฑ์ปกติ (Norm)	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบทดสอบทางจิตวิทยา.....	39
การวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	42
จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ	42
ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	43
ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	44
ประเภทของการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบ	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	47
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	81
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	81
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	81
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	82
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83
การกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผล.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	103
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก.....	113
ภาคผนวก ก	114
ภาคผนวก ข	116
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	121

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 เกณฑ์มาตรฐานในการจัดประเภทวิสาหกิจ.....	25
2 แสดงค่าความถี่ ร้อยละของข้อมูลทางสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน	59
3 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (47 ด้าน).....	61
4 เกณฑ์ปกติโดยรวมของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม.....	62
5 ผลการแสดงผลฐานความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EPA)	65
6 จำนวนข้อคำถาม คำนำน้าหนักองค์ประกอบของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	67
7 ค่าอำนาจจำแนกและค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 10 ด้าน ภายหลังจากการ วิเคราะห์องค์ประกอบ (N=500)	68
8 เกณฑ์ปกติโดยรวมของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (10 ด้าน)	71
9 เกณฑ์ปกติรายด้าน (10ด้าน) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	73
10 เปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ	77
11 ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นทั้งรายด้าน และรวมทั้งฉบับ ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	79

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	10
2 วิธีดำเนินการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	50



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SMEs มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ เพราะเป็นหน่วยธุรกิจที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ กระจายสินค้าและบริการ ออกไปสู่ทุกภาคในระบบเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความสมดุลและหลากหลาย ประเทศที่มี SMEs อยู่มาก จะมีระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืน และเป็นภูมิคุ้มกันในยามที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (อารีย์ งามศิริพัฒนกุล. 2551: 11)

หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2540 จนกระทั่งถึงวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2551 ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถูกกล่าวถึงในมุมมองของการแก้ปัญหาและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีปริมาณมากถึงร้อยละ 99.5 ของกิจการทั้งหมดภายในประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.7 ของการจ้างงานทั่วประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551: 14-15) รัฐบาลจึงมีการกำหนดยุทธศาสตร์และมาตรการสนับสนุนด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจ SMEs อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยหนึ่งที่รัฐบาลให้ความสำคัญอย่างมากคือ การเร่งพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs ให้สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ โดยมุ่งยกระดับผู้ประกอบการเดิมและบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้มีจำนวนมากขึ้นและมีความพร้อมสำหรับการแข่งขัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2546: 211-220 อ้างใน กมล กานต์ เทพรานนท์. 2549: 1) จากยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีในปี พ.ศ. 2550 มีเป้าหมายว่าจะต้องสร้างให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีคุณภาพขึ้นปีละไม่น้อยกว่า 40,000 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551: 16)

จากข้อมูลของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้นิยามธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าเป็นธุรกิจที่ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กิจการการผลิต กิจการการค้า ทั้งค้าปลีกและค้าส่ง รวมทั้งกิจการบริการ โดยเป็นกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน และมีมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรรวมไม่เกิน 200 ล้านบาท

ในส่วนของผู้ประกอบการ จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และบทความจำนวนหนึ่ง มีการกล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่จัดประกายความคิด มองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะแสวงหาผลกำไร จึงริเริ่มประกอบธุรกิจของตนเอง โดยเป็นผู้สร้าง

และนำการเปลี่ยนแปลงเข้ามาสู่สังคม เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตที่ดีกว่าเดิม ช่องทางการตลาดใหม่ๆ รูปแบบการบริการที่แปลกแตกต่าง ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่จัดหาปัจจัยการผลิต รวบรวมเงินทุน บริหารจัดการทรัพยากรทุกส่วนทั้งหมดที่มีอยู่ พร้อมเผชิญกับสิ่งท้าทายและความเสี่ยงในการลงทุน มุ่งหวังให้เกิดผลกำไรและดำรงรักษาธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม การที่ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้หรือไม่ องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งคือ การที่ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านั้นมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) มากน้อยเพียงไร คุณลักษณะดังกล่าวคือ ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีอยู่ร่วมกัน และสามารถนำลักษณะเหล่านั้นมาจำแนกได้ว่าผู้ใดสามารถหรือไม่สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ (ชูชัย สมิทธิไกร. 2548: 28)

งานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการของชูชัย สมิทธิไกร (2548) ระบุว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงมีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำอย่างมีนัยสำคัญ และจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีผู้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้จำนวนมาก โดยมีทั้งคุณลักษณะที่เหมือนและแตกต่างกัน อาทิ ความกล้าเสี่ยง ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่น ความมีมานะและทำงานหนัก ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสามารถในการบริหาร ความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระ การตัดสินใจ การใส่ใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ประสบการณ์ในสิ่งที่ทำ วุฒิภาวะทางอารมณ์ เป็นต้น

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดย รัชรินทร์ พรชัยวิเศษกุล และคณะ สนับสนุนโดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้นำตัวแปรที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจากแนวคิดของการศึกษาที่ผ่านมา และจากการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ประสบความสำเร็จในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 40 ราย ได้จำนวน 47 คุณลักษณะ (รัชรินทร์ พรชัยวิเศษกุลและคณะ. 2546: 88-91)

คุณลักษณะดังกล่าว ประกอบด้วย 1. ความสามารถในการเจรจาต่อรอง 2. ความสามารถในการสื่อสาร 3. ความสามารถในการบริหารจัดการ 4. มนุษยสัมพันธ์ 5. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น 6. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ 7. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม 8. ความสามารถในการเป็นผู้นำ 9. ความสามารถในการวิเคราะห์ 10. ความสามารถในการขาย 11. ความท้าทาย 12. ความกล้าตัดสินใจ 13. ความมั่นใจ 14. ความกล้าเสี่ยง 15. การชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ 16. ความทะเยอทะยาน 17. การตัดสินใจที่ถูกต้อง 18. ความมีคุณธรรม จริยธรรม 19. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า 20. ความจริงใจ 21. ความซื่อสัตย์ต่อพนักงานและทีมงาน 22. ความมีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม 23. มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ 24. มีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ 25. ความถนัดในธุรกิจที่ทำ 26. ความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติ 27. ใช้ความรู้ที่เรียนมา

28. ความตั้งใจ 29. ทำงานหนักติดต่อกัน 30. มีความพยายามต่อสู้ไม่ถอย 31. บริการลูกค้าดี 32. เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ 33. มีใจรักในธุรกิจ 34. มีวินัยในตนเอง 35. รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น 36. ต้องการความอิสระ 37. มีความรับผิดชอบ 38. อดทนต่อความกดดัน 39. สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง 40. ช่างคิดช่างสังเกต 41. มองหาโอกาสที่ดี 42. เรียนรู้และพัฒนาสินค้า/บริการ 43. ประหยัด 44. มีสุขภาพดี 45. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง 46. มีความเชื่อเรื่องโชค 47. มีแรงจูงใจและได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว

คุณลักษณะผู้ประกอบการทั้ง 47 คุณลักษณะ เป็นการศึกษจากผู้ประกอบการทุกภาคทั่วประเทศ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ค่อนข้างหลากหลายครอบคลุม และยังได้มีการจัดการสนทนากลุ่มเพื่อตรวจสอบคุณลักษณะต่างๆ จากผู้ประกอบการมาอีกชั้นหนึ่ง อย่างไรก็ตามตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างมีจำนวนมาก กระจัดกระจาย ยังไม่ได้จัดกลุ่มตัวแปรให้เป็นหมวดหมู่ และยังไม่มีการสร้างแบบทดสอบวัดทางจิตวิทยาที่จะใช้วัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้ได้ทั่วไป

ต่อมา นันทา สุริรักษา และทศพร มณีศรีชา (2550) จึงได้นำตัวแปร ทั้ง 47 ตัว มาสร้างแบบทดสอบวัดทางจิตวิทยา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยนำตัวแปรจำนวนหลายตัวที่มีสหสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมาจัดกลุ่ม เป็นการลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลงและสามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สำหรับการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ขยายผลต่อเนื่องจากเดิม โดยต้องการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่างผู้ที่ประกอบการธุรกิจ กับผู้ที่ได้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของแบบทดสอบเพิ่มเติม

แบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจนเสร็จสมบูรณ์จะสามารถนำไปใช้ช่วยให้บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสามารถประเมินตนเองว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ สำหรับผู้ที่ผู้ประกอบการอยู่ในปัจจุบันจะได้ทราบถึงคุณลักษณะเฉพาะแต่ละด้านของตนเอง เพื่อจะพัฒนาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคต รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำมาใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจได้อีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ที่ประกอบการธุรกิจและผู้ที่ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ

ความสำคัญของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้แบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสามารถประเมินตนเองว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ สำหรับผู้ที่เป็นผู้ประกอบการอยู่ในปัจจุบันจะได้ทราบถึงคุณลักษณะเฉพาะแต่ละด้านของตนเอง เพื่อจะพัฒนาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคต รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำมาใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจได้

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน ในกรุงเทพมหานคร (จากข้อมูลของสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพมหานคร ที่ลงทะเบียนไว้ทั้งสิ้น 42,880 ราย)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน ในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ประกอบการที่มาร่วมงานอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ และจากผู้ประกอบการที่สามารถเข้าถึงได้ โดยได้รับการแนะนำต่อๆ มาจำนวน 500 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากขนาดของประชากร โดยใช้ตารางยามาเน (Yamane) ที่ประชากร 50,000 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549: 64) แต่เนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้สำหรับการวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis) จะต้องใช้จำนวนตั้งแต่ 500 ขึ้นไป จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 500 คน

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของแบบทดสอบหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเก็บข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็นเจ้าของกิจการเป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน ในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ประกอบการที่มาร่วมงานอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ ที่มีความสนใจให้ความร่วมมือในการทำแบบทดสอบ จำนวน 149 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นพนักงานประจำ ไม่เคยประกอบการธุรกิจของตนเอง และไม่มีแนวโน้มจะประกอบการธุรกิจ ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กับลูกจ้างในสถานที่ทำงานตามลักษณะอาชีพต่างๆ จำนวน 149 คน ดังนี้

- 2.2.1 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ
- 2.2.2 พนักงานบริษัทเอกชน
- 2.2.3 ลูกจ้างโครงการของรัฐ / เอกชน
- 2.2.4 เจ้าหน้าที่องค์กรด้านศาสนา
- 2.2.5 เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** หมายถึง ปัจจัยทางจิตลักษณะที่ส่งผลให้บุคคลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ประสบความสำเร็จ

การศึกษาครั้งนี้ได้นำตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 47 ตัวแปร จากการศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาศึกษาต่อ โดยมีคุณลักษณะดังนี้

1. ความสามารถในการเจรจาต่อรอง คือ ความสามารถที่จะเริ่มต้นพูดคุยกับผู้อื่น ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคาสินค้า และเมื่อมีความขัดแย้งสามารถหาเหตุผลมาอธิบายให้คนอื่นเข้าใจได้

2. ความสามารถในการสื่อสาร คือ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับบุคคล สามารถช่วยอธิบายสิ่งที่คนอื่นพูดให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถเข้าใจเรื่องที่คนอื่นพูดได้โดยง่าย สามารถติดตามการสนทนาได้ดี สามารถพูดคุยกับคนที่เพิ่งรู้จักได้ดี สามารถยุติการสนทนาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สามารถแสดงความรู้สึกได้เหมาะสม และมีความสามารถในการพูดในที่ชุมชน

3. ความสามารถในการบริหารจัดการ คือ สามารถจัดการสถานการณ์ หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม สามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีการวางแผนงาน และสามารถจัดระบบการทำงานให้กับผู้อื่นได้ดี
4. มนุษยสัมพันธ์ คือ มีความสามารถในการเล่าเรื่องให้สนุกสนาน ชอบแสดงออก ชอบเข้าสังคม หาเพื่อนได้ง่าย ปรับการวางตัวได้เหมาะสมกับผู้ร่วมสนทนาทุกระดับ
5. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น คือ มีความสามารถในการนำเสนอความคิดใหม่ๆ ให้กับคนอื่น สามารถทำให้คนอื่นคล้อยตามความคิดของตน
6. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ คือ มีบุคคลที่ทำธุรกิจอย่างเดียวกัน สามารถติดต่อกับบุคคลในแวดวงธุรกิจได้ง่าย มีที่ปรึกษาในวงการธุรกิจ และสามารถให้คำปรึกษาที่ดีแก่ผู้ร่วมธุรกิจคนอื่น
7. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม คือ สามารถทำงานร่วมกันคนอื่นได้ สนุกที่จะทำงานเป็นทีม สามารถสร้างบรรยากาศให้เกิดการทำงานเป็นทีม เปิดโอกาสให้นำเสนอและรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน แม้มีความคิดเห็นไม่ตรงกันก็สามารถช่วยประนีประนอมได้ สามารถทำให้งานกลุ่มดำเนินไปได้ด้วยดี
8. ความสามารถในการเป็นผู้นำ คือ มีการแสดงออกถึงความเป็นผู้นำในสถานการณ์ต่างๆ สามารถเป็นแบบอย่างให้กับลูกน้อง ให้แนวทางในการทำงาน ดูแล เอาใจใส่ สร้างแรงจูงใจในการทำงาน
9. ความสามารถในการวิเคราะห์ คือ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาต่างๆ สามารถเรียนรู้จากข้อผิดพลาด คิดปรับปรุงวิธีการทำงาน ศึกษารายละเอียดการดำเนินธุรกิจ มีการวิเคราะห์และวางแผนการทำงานเสมอ มองเห็นภาพรวมของการดำเนินงาน
10. ความสามารถในการขาย คือ ความสามารถในการอธิบาย โน้มน้าวใจ ให้คนอื่นติดตามแบบที่ตนต้องการ และสามารถสรุปการสนทนาให้ลูกค้าตกลงใจรับสินค้าหรือบริการ
11. ความท้าทาย คือ การชอบทำงานที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา ไม่ชอบงานจำเจ มีความเชื่อมั่นว่าสามารถทำทุกสิ่งได้
12. ความกล้าตัดสินใจ คือ มีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจของตนเอง และมีความสามารถตัดสินใจสิ่งต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ท่ามกลางสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง
13. ความมั่นใจ คือ มีความมั่นใจในความคิด ในการกระทำ หรือการตัดสินใจ เชื่อมั่นในตัวเอง และเชื่อมั่นในความสามารถที่จะดำเนินธุรกิจได้ตลอดรอดฝั่ง
14. ความกล้าเสี่ยง คือ มีความกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ โดยใช้ความสามารถในการประเมินสถานการณ์เพื่อก่อตั้งธุรกิจ และคาดการณ์ว่าจะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือดำรงธุรกิจอยู่ได้
15. การชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ คือ การชอบคิดและทำสิ่งแปลกใหม่ พยายามหาแนวทางธุรกิจที่แตกต่างจากคนอื่น สร้างสินค้าและบริการที่ไม่เหมือนใคร
16. ความทะเยอทะยาน คือ มีการตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เจริญก้าวหน้าต่อไป ไม่ยอมหยุดอยู่กับที่ หาความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเองเสมอ

17. การตัดสินใจที่ถูกต้อง คือ มีการศึกษาหาข้อมูลที่รอบด้านก่อนการตัดสินใจ และมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกได้อย่างถูกต้อง

18. ความมีคุณธรรม จริยธรรม คือ การคำนึงถึงผลกระทบจากธุรกิจที่จะเกิดกับผู้อื่น ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการ

19. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คือ การกำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม จำหน่ายสินค้าที่ไม่ผิดศีลธรรม มีความตรงไปตรงมา รักษาคำพูด

20. ความจริงใจ คือ การนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นจริงทั้งต่อหน้าและลับหลัง ยอมรับการท้วงติงหากลูกค้าไม่ได้สินค้าที่มีคุณภาพ

21. ความซื่อสัตย์ต่อพนักงานและทีมงาน คือ การปฏิบัติกับพนักงานอย่างเท่าเทียม มอบหมายงานแก่พนักงานอย่างเหมาะสมตามที่กำหนดหรือตกลงไว้ จ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ตามเวลา มีการดูแลตามกฎหมายแรงงาน

22. ความมีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม คือ ส่งเสริมให้ธุรกิจมีการทำงานเพื่อสังคม เข้าร่วมกิจกรรมการกุศลต่างๆ ช่วยผู้เดือดร้อนในสังคม ทั้งเป็นอาสาสมัครเอง และบริจาคทรัพย์สิน

23. มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ คือ การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ และมีความรู้พื้นฐานทั่วไปในธุรกิจ อาทิ การเงิน การบัญชี การตลาด การวางแผนธุรกิจ เป็นต้น

24. มีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ คือ การเคยทำงานอยู่ในแวดวงธุรกิจที่ทำ หรือมีความคุ้นเคยกับการทำธุรกิจดังกล่าว เช่น เคยลงทุนทำธุรกิจ หรือทำงานที่เกี่ยวข้องกับการเงิน การบัญชี สามารถให้คำแนะนำในด้านธุรกิจต่างๆ แก่คนอื่น

25. ความถนัดทางธุรกิจที่ทำ คือ มีความสามารถพิเศษเฉพาะทางในธุรกิจที่ทำ เช่น ความสามารถด้านตัวเลข ด้านการตลาด ด้านการค้าขาย เป็นต้น

26. ความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติ คือ ความสามารถในการดำเนินการธุรกิจตามระบบขั้นตอนต่างๆ ทางธุรกิจได้ เช่น เรื่องการมองหาลาดที่มีแนวโน้มเติบโตได้ การคัดเลือกสินค้า การระดมทุน การแก้ไขปัญหาธุรกิจ การพัฒนาฝีมือแรงงาน

27. ใช้ความรู้ที่เรียนมา คือ ให้ความสำคัญกับการอบรมทางธุรกิจ และสามารถนำสิ่งที่เคยเรียนรู้มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจได้

28. ความตั้งใจ คือ การเอาใจใส่จดจ่ออยู่กับงาน มีความพยายามทำงานให้ได้มาตรฐานที่สูง หรือทำให้ดีกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความเชื่อมั่นว่าจะทำให้ได้ผลงานที่สำเร็จตามที่ตั้งใจ

29. ทำงานหนักติดต่อกัน คือ การทุ่มเททำงานหนักอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดพักโดยมุ่งให้งานสำเร็จ หรือทำงานให้ได้มากที่สุด เช่น ทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน ทำงานติดต่อกันนานๆ โดยไม่หยุดพักกินข้าว และทำงานแม้ในวันหยุด

30. มีความพยายามต่อสู้ไม่ถอย คือ การพยายามเอาชนะปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคของความสำเร็จ โดยพยายามแสวงหาทุกวิถีทางที่จะไปสู่ความสำเร็จ พยายามฝึกฝนเพื่อเอาชนะข้อบกพร่องและพัฒนาตนเอง

31. บริการลูกค้าดี คือ การบริการลูกค้าได้รับความพึงพอใจ โดยมีทัศนะว่าลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญ ยินดีที่จะให้บริการ อำนวยความสะดวกให้ได้รับสิ่งที่ต้องการ ตอบคำถามต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการอย่างชัดเจน

32. เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ คือ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการตลอดเวลา เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ตลอดจนการอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

33. มีใจรักในธุรกิจ คือ มีความรักในงานที่ทำให้ความสำคัญกับงานที่ทำ มีการใส่ใจค้นหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจตลอดเวลาเพื่อหาทางทำให้ธุรกิจเติบโต

34. มีวินัยในตนเอง คือ ตรงต่อเวลา โดยเฉพาะในการนัดหมายกับลูกค้า และมีการบันทึกข้อมูลสำคัญทางธุรกิจ

35. รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น คือ สามารถยอมรับคำวิจารณ์ของคนอื่นและนำไปปรับปรุงให้ดีขึ้น

36. ต้องการความอิสระ คือ ชอบทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง ชอบทำงานที่เปิดโอกาสให้คิดด้วยตนเอง

37. มีความรับผิดชอบ คือ การสามารถยอมรับผลการกระทำทั้งด้านบวกและด้านลบ เช่น การรับผิดชอบกรณีมีสินค้าที่เสียหายหรือไม่เป็นที่พอใจ การรักษาคำพูด การรักษาเวลา

38. อดทนต่อความกดดัน คือ สามารถควบคุมตนเองให้ทำงานและจัดการกับปัญหาต่างๆ ภายใต้อสถานการณ์ที่กดดันได้

39. สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง คือ ความสามารถในการคิดเชิงบวกต่อสถานการณ์ที่เป็นข้อผิดพลาดหรือเมื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง และมุ่งทำงานต่อไปได้

40. ช่างคิดช่างสังเกต คือ การมองอย่างวิเคราะห์ในสิ่งที่พบเห็นแล้วนำมาเชื่อมโยงให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจ เช่น การสังเกตวิธีการขายที่ประสบความสำเร็จ การสังเกตลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค การสังเกตทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ

41. มองหาโอกาสที่ดี คือ การมองหาโอกาสใหม่ๆ ซึ่งอาจเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีกว่าเดิม เช่น การหาธุรกิจใหม่ หรือการบริการรูปแบบใหม่

42. เรียนรู้และพัฒนาสินค้า/บริการ คือ การหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจและแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ เช่น อ่านนิตยสารธุรกิจ อบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ

43. ประหยัด คือ การวางแผนการใช้จ่ายในการทำธุรกิจอย่างรอบคอบ เช่น เรื่องการใช้น้ำและไฟฟ้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือนำของที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่

44. มีสุขภาพดี คือ ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น พักผ่อนอย่างเพียงพอ รับประทานอาหารที่เหมาะสม ออกกำลังกายเป็นประจำ เป็นต้น

45. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง คือ ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน โดยเชื่อว่าพนักงานที่มีคุณภาพจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เช่น การส่งพนักงานเข้าอบรมต่างๆ เสมอ ติดตามความรู้ใหม่ๆ มาจัดอบรมให้พนักงาน เป็นต้น

46. มีความเชื่อเรื่องโชค คือ เชื่อว่าคนที่ประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับโชค เช่น คิดว่าล้มเหลวเพราะไม่มีดวงทำธุรกิจ หรือคิดว่าค้าขายร่ำรวยเพราะมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น

47. มีแรงจูงใจและได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว คือ มีญาติหรือครอบครัวทำธุรกิจ หรือได้รับแรงสนับสนุนในการทำธุรกิจจากคนใกล้ชิด

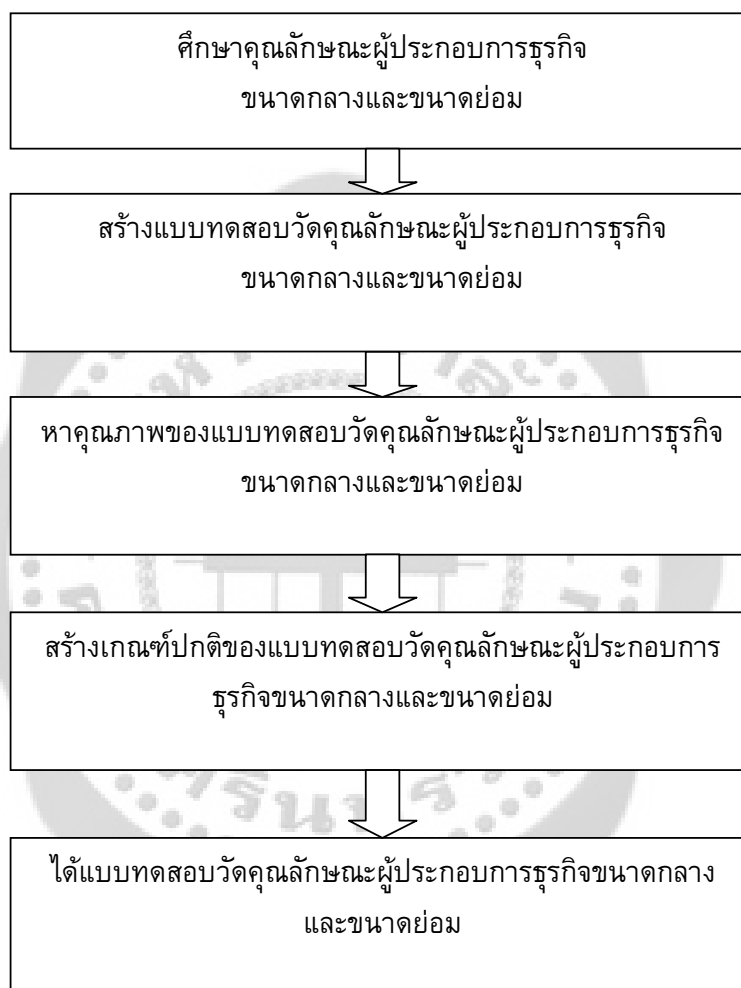
2. แบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วัดคุณลักษณะของบุคคลแต่ละบุคคลเพื่อพยากรณ์ว่าบุคคลมีคุณลักษณะซึ่งมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากน้อยเพียงใด

3. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ธุรกิจที่มีความหมายครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กิจการการผลิต กิจการการค้า และกิจการบริการ โดยเป็นกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน และมีมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรรวมไม่เกิน 200 ล้านบาท

4. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ โดยเป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 1.คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
 - 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - 1.2 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - 1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - 1.4 ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.การจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Groups)
 - 2.1 ลักษณะของการสนทนากลุ่ม
 - 2.2 แนวทางการใช้การสนทนากลุ่ม
 - 2.3 ขั้นตอนของการสนทนากลุ่ม
 - 2.4 การดำเนินการสนทนากลุ่ม
 - 2.5 ข้อดีของการสนทนากลุ่ม
 - 2.6 ข้อจำกัดของการสนทนากลุ่ม
- 3.การพัฒนาแบบทดสอบทางจิตวิทยา
 - 3.1 ความหมายของแบบทดสอบทางจิตวิทยา
 - 3.2 คุณลักษณะของแบบทดสอบทางจิตวิทยา
 - 3.3 การหาคุณภาพของแบบทดสอบทางจิตวิทยา
 - 3.3.1 อำนาจจำแนก
 - 3.3.2 ความเที่ยงตรง
 - 3.3.3 ความเชื่อมั่น
 - 3.3.4 เกณฑ์ปกติ
 - 3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบทดสอบทางจิตวิทยา
- 4.การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)
 - 4.1 จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ
 - 4.2 ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบ
 - 4.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ
 - 4.4 ประเภทของการวิเคราะห์องค์ประกอบ
 - 4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบ

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1 ความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มีผู้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้หลากหลาย เช่น พจนานุกรมภาษาอังกฤษ (Webster 's New World Dictionary of American Language) คำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร

สัจชัย สมไพบุลย์ (2538: 32) กล่าวว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจขึ้นมา และพร้อมจะยอมรับความเสี่ยงในด้านการเงิน สิ่งของ และทรัพยากรบุคคลไปในแนววิถีทางใหม่ๆ เพื่อสร้างแนวความคิดหรือโอกาสในเชิงธุรกิจใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นภายในกิจการที่กำลังดำเนินอยู่

ผุสดี รุมาคม (2540: 29) ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ และดำเนินการบริหารธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน

ชนินทร์ ชุนหพันธ์ (2543: 6-7) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผน การดำเนินงานกิจการด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่างๆ เพื่อหวังผลกำไร จากการดำเนินธุรกิจ

วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์ (2547: 21) สรุปว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจของตนเอง ด้วยตนเอง พัฒนาจนเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในการจัดการความเสี่ยง การตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม กลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ และมีส่วนทำให้สังคมเจริญเติบโต

ชูชัย สมศิริ (2548: 31) สรุปว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้สร้างธุรกิจของตนเอง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหารายได้และกำไร โดยการมองเห็นโอกาสที่จะผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใหม่ๆ แก่ผู้ที่มีความต้องการ ภายใต้สภาวะที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ความเป็นผู้ประกอบการมีลักษณะเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสเพื่อประกอบธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดี

อีสิริช และปีเตอร์ (วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์. 2547: 20; อ้างอิงจาก Hisrich and Peter. 1992. On Your Own : How to Start, Develop, and Manage A New Business. pp.9) กล่าวสรุปความหมายของผู้ประกอบการตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง บุคคลที่นำเอาทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ เงินทุน แรงงาน วัสดุทุน และทรัพย์สินต่างๆ มารวมกันเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงขึ้นกว่าเดิม และหมายถึงบุคคลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคิดค้นประดิษฐ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ในความคิดของนักจิตวิทยา ผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่มีพลังงานและแรงขับที่ต้องการทำงานอย่างตั้งใจแน่วแน่ ต้องการทดลอง มีความมุ่งมั่นมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จ โดยหลีกเลี่ยงการบังคับหรือการใช้อำนาจควบคุมจากบุคคลอื่น และในความหมายตามแนวทางของนักธุรกิจมองว่า ผู้ประกอบการคือผู้แข่งขันที่น่ากลัว ก้าวร้าว ที่ผู้ประกอบการอย่างด้วยกันจะต้องหลีกเลี่ยงให้

เป็นบุคคลที่พยายามค้นหาและพร้อมที่จะตอบสนองแก่กลุ่มผู้บริโภค ขณะที่ในสายตาของนักปรัชญาทุนนิยม มองว่าผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการกินดีอยู่ดีแก่บุคคลอื่น เป็นผู้แสวงหาแนวทางที่ดีที่สุดที่จะนำทรัพยากรมาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุด และลดการสูญเสีย โดยการสร้างงาน สร้างความพอใจให้เกิดขึ้น

แม็กกินสันและบาร์ด (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร. 2549 : 42; อ้างอิงจาก Megginson and Byrd. 2003. Small Business Management : An Entrepreneur's Guidebook. pp.11)

ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์กร จัดการและรับผลของความเสียหายทางธุรกิจหรือกิจการ บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากต้องการความสำเร็จ หวังผลกำไรจากการดำเนินงานและความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวทางในการจัดการธุรกิจ

จากความหมายที่ได้รวบรวมมาทั้งหมด จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่จุดประกายความคิด มองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะแสวงหาผลกำไร จึงริเริ่มประกอบธุรกิจของตนเอง เป็นผู้สร้างและนำการเปลี่ยนแปลงเข้ามาสู่สังคม เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตที่ดีกว่าเดิม ช่องทางการตลาดใหม่ๆ รูปแบบการบริการที่แปลกแตกต่าง ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่จัดหาปัจจัยการผลิต รวบรวมเงินทุน บริหารจัดการทรัพยากรทุกส่วนทั้งหมดที่มีอยู่ พร้อมเผชิญกับสิ่งท้าทายและความเสี่ยงในการลงทุน มุ่งหวังให้เกิดผลกำไรและดำรงรักษาธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตต่อไปได้

1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) คือ ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีอยู่ร่วมกัน และสามารถนำลักษณะเหล่านี้มาจำแนกได้ว่าผู้ใดสามารถหรือไม่สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ (ซูชัย สมितिไกร. 2548: 28) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นมีคุณลักษณะที่สำคัญเฉพาะอย่าง อาทิ มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ มีวิสัยทัศน์ อดทน มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ ฯลฯ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2546: 1) มีผู้ที่ศึกษาและกล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้จำนวนมาก ดังเช่น

มุสตี สุมาคม และเกดินี วิฑูรชาติ (2529: 36-40) กล่าวว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการควรมี 5 ด้าน คือ

1. มีแรงผลักดัน หมายถึง แรงจูงใจให้บุคคลทำงานไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ความรับผิดชอบ ความกระตือรือร้น ความคิดริเริ่ม ความขยันหมั่นเพียร และความทะเยอทะยาน
2. ความสามารถตัดสินใจ ประกอบด้วยสติปัญญา (IQ) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ใช้เหตุผล ปรับการกระทำให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ

3. ความสามารถด้านมนุษยธรรม ประกอบด้วย ความมั่นคงทางอารมณ์ ความสัมพันธ์ส่วนตัว ความสามารถเข้าสังคมได้ ความคิดพิจารณา ยืดหยุ่น เอาใจเขามาใส่ใจเรา

4. ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจถูกต้องตรงกัน

5. ความรู้ทางเทคนิค

สวัจชัย สมไพบุลย์ (2538: 40-42) มีความเห็นว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความเชื่อมั่นตนเองในการทำงานโดยอิสระ ทุ่มเทให้กับงาน และเข้าใจเป็นอย่างดีว่าการยอมรับความเสี่ยงนั้นเป็นส่วนหนึ่งในสมการความสำเร็จ
2. มีความสามารถทางด้านองค์กร (Organizational Ability) คือ สามารถตั้งเป้าหมายองค์กรได้เอง และรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่ตามมา
3. มีความคิดสร้างสรรค์ แสวงหาวิธีการในการประกอบการ
4. ชอบความท้าทาย ประารถแนวความคิดใหม่ๆ จากการแข่งขัน สนุกที่จะทำสิ่งใหม่ๆ
5. มีเป้าหมายที่ชัดเจน สมเหตุกับทรัพยากรที่มีอยู่
6. มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว
7. มีประสบการณ์ทางด้านการบริหารหรือเคยฝึกอบรม
8. มีความสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วในยามจำเป็นและถูกต้อง
9. เต็มใจที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างภายในธุรกิจ ตั้งแต่การตัดสินใจระดับสูงจนถึงทำความสะอาด
10. เต็มใจจะปรับการดำเนินชีวิตของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ
11. มีความสามารถแยกปัญหาธุรกิจและอาชีพ กับปัญหาส่วนตัวและครอบครัว
12. ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว
13. มีความเข้มแข็ง ไม่ท้อถอย รู้จักสภาพความเป็นจริงกับทางเลือกในอนาคตของตนเอง
14. มีความสามารถคาดคะเนรายรับ รายจ่าย ผลกำไรได้ถูกต้องและมีเหตุผล
15. มีความสามารถกำหนดนโยบายและออกแบบระเบียบวิธีปฏิบัติงาน

ชุตินา โสภาสานนท์ (2543: 16-22) ได้รวบรวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการจากประสบการณ์ที่ทำงานใกล้ชิดกับผู้ประกอบการจำนวนมากได้ 19 ข้อ ดังนี้

1. มีความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หลีกเสี่ยงงานที่ไม่มีความเสี่ยงเลย ชอบทำงานที่ท้าทายความสามารถ มีความเสี่ยงระดับปานกลาง คือมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว
2. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (Need for Achievement) มุ่งมั่นใช้พลังความคิดสติปัญญาความสามารถทั้งหมดทุ่มเททำงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ไม่ทำซ้ำสิ่งเดิม แต่หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตตลอดเวลา กล้าทำสิ่งที่แตกต่างจากเดิม คิดค้นประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต

4. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ เมื่อมีการตั้งเป้าหมาย มีการวางแผนทางไปสู่ความสำเร็จ และมีการวิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเตรียมป้องกันและเอาชนะอุปสรรคนั้น

5. มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น คือ สามารถโน้มน้าวใจ สร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้อื่นให้เข้าใจการทำงาน เต็มใจปฏิบัติงาน และให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน

6. มีความมานะและทำงานหนัก คือ การทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ไม่ท้อแท้ แม้เผชิญกับอุปสรรคก็ไม่หยุดยั้ง ขอเพียงให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จ

7. มีความสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ คือ สามารถมองเห็นเหตุการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะอดีตที่เคยผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้ นำมาเป็นบทเรียนเพื่อจะได้ทำให้ดีกว่าเดิม

8. มีความสามารถในการบริหาร คือ รู้หลักการบริหาร มีความเป็นผู้นำ

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง คือ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระ และพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล คือ สามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ คือ การเป็นผู้นำในสิ่งต่างๆ ที่ริเริ่มทำ และดูแลงานจนสำเร็จตามเป้าหมาย เชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากการเอาใจใส่ พยายาม ไม่ได้เกิดจากโชค

12. มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง คือ ทำงานเต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวา ทำงานรวดเร็ว ใช้เวลาทำงานมากกว่าคนทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน มีพลังผูกพันตนเองไม่หยุดนิ่ง

13. มีความสนใจในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม คือ การหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

14. มีความกล้าตัดสินใจ หนักแน่นไม่หวั่นไหว หาทางแก้ปัญหาอุปสรรคจนสำเร็จ

15. มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์

16. มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม คือ มีความสามารถปรับตนเองตามสภาพแวดล้อม ไม่ฝืนความสำเร็จไว้กับตัว แต่เชื่อการกระทำของตนเองที่จะผลักดันตนเองให้สำเร็จ

17. มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร คือ การร่วมมือพึ่งพาอาศัยเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดร่วมกัน ในขณะที่เดียวกันก็ควรแข่งขันในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจ

18. มีความประหยัดเพื่ออนาคต

19. มีความซื่อสัตย์ คือ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและรับผิดชอบต่อสังคม

อำนาจ วีระวนิจ (2544: 6-88) กล่าวถึงลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมียุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need of achievement) ถือเป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อแรงจูงใจ (Motivation) ของผู้ประกอบการ
2. ความต้องการที่จะรับผิดชอบ คือมีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น มีความพอใจต่อการควบคุมและการใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่ตนกำหนดขึ้น และผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่
3. การยอมรับความเสี่ยง คือ การยอมรับความเสี่ยงทุกด้านจากการที่เลือกเข้ามาประกอบการในธุรกิจที่เป็นของตนเอง
4. มีความเชื่อมั่นในตนเอง คือ เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ แม้เผชิญกับปัญหาที่เชื่อมั่นว่าจะสามารถเอาชนะสิ่งที่เกิดขึ้นได้
5. ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด คือ เมื่อเกิดปัญหาจะไม่ยอมจำนน แต่ตอบสนองต่อปัญหาทันที ต่อสู้กับปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาโดยรู้ว่าตัวเองต้องทำอะไร
6. มีพลังในระดับสูง คือ การใช้พลังทั้งหมดที่มีอยู่ทุ่มเทในการทำงานทุกอย่างอย่างหนัก และกระตือรือร้น เป็นพลังส่วนตัวที่มากกว่าคนทั่วไป
7. การมุ่งที่อนาคต คือ การทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อความสำเร็จในอนาคต ไม่ใช่ความสำเร็จเพียงช่วงสั้นๆ
8. การอดทนต่อแรงเสียดทานและความยืดหยุ่น คือ การอดทนต่อแรงเสียดทานต่างๆ จากที่ต้องเผชิญปัญหาอย่างรอบด้านท่ามกลางธุรกิจที่มีการแข่งขันและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วุฒิชัย จงคำนิ่งสีล (2547: 33-46) ได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และได้สรุปคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่เอกสารทุกเล่มกล่าวไว้ตรงกันไว้ได้ 15 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)
2. ความอดทน
3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking)
4. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)
5. การเป็นผู้นำ (Leadership)
6. การตัดสินใจ (Decision Making)
7. มนุษยสัมพันธ์ (Human relationship)
8. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
9. ความซื่อสัตย์ (Honesty)
10. การใฝ่รู้
11. การปรับตัว (Self-adjustment)

12. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation)
13. การวางแผน (Planning and organization)
14. การรู้จักเข้าใจและยอมรับตนเอง
15. ความรับผิดชอบ (Responsibilities)

สาร์จัน โอพิทัชชีวิน (2549: 31-34) มองคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างออกไป โดยมองว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะ 3 ด้าน คือ

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal attributes) ประกอบด้วย ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระ (Desire for independence) ความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) และความเต็มใจที่จะอุทิศให้แก่ธุรกิจ (Self-sacrifice)

2. คุณลักษณะด้านเทคนิค

3. คุณลักษณะด้านความสามารถเชิงบริหาร (Managerial Competencies)

ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถในการวางแผนและการบริหาร (Planning and administration Competency) ความสามารถด้านทีมเวิร์ค (Teamwork Competency) ความสามารถในการสื่อสาร (Communication Competency) และความสามารถด้านการบริหารตนเอง (Self-Management Competency)

ในทัศนะของ สไตน์ฮอฟ และเบอร์เกสส์ (ชนินทร์ ชุณหพันธ์. 2543: 7-8; อ้างอิงจาก Steinhoff and Burgess. 1986. Small Business Management Fundamentals. pp.24-28) มองว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจควรมีคุณสมบัติ 6 ประการ ดังนี้

1. มีบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่ดี คือ

- ชอบทำงานและทำอย่างเต็มความสามารถ
- มีความคิดริเริ่มดี
- มีความเต็มใจในการรับภาระความเสี่ยง
- มีความสามารถในการจัดการ
- มีความสามารถทางด้านเทคนิค
- มีความสามารถทางการติดต่อสื่อสาร
- มีคุณสมบัติของการเป็นผู้นำ
- มีความขยันและอดทน

2. มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าเป็นอย่างดี

3. มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อแหล่งชุมชนที่กิจการตั้งอยู่

4. มีจรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม

5. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของทางราชการ

6. มีความเต็มใจในการดำเนินงานตามกฎหมายระเบียบของกิจการ

พิกเคิล และอะบราฮัมสัน (ชไนน์ทซ์ ชุณหพันธ์. 2543: 8-10; อ้างอิงจาก Pickle and Abrahamson. 1990. Small Business Management. pp.6-9) ได้กำหนดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่าจะต้องประกอบด้วย

1. มีแรงผลักดัน
2. มีความสามารถด้านสติปัญญา
3. มีความสามารถทางด้านมนุษยสัมพันธ์
4. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร
5. มีความสามารถทางด้านเทคนิค
6. มีความสามารถทางการตัดสินใจ
7. มีความสามารถทางด้านการคิดรวบยอด

ไมเคิล เฟรเซอร์ (วรรณา ฉายะวัฒนะ. 2544: 26; อ้างอิงจาก Frese M. And Kruf, Mechelin D. 2000. Success and Failure of Micro Business Owners in Africa. pp.18-25) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบบังคับ
2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ
3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพยากรจำนวนมาก
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ
5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคง ไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวังท้อแท้ แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้
6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ท้าทายมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จและดีกว่าเดิม

โบลตัน และทอมป์สัน (ชูชัย สมิตธิไกร. 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson. 2000. Entrepreneurs : Talent, Temperament, Technique) ได้เสนอคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการว่าประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 กลุ่ม ได้แก่

1. การมีจิตจดจ่อ (Focus) ซึ่งได้แก่ การมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ
2. การแสวงหาโอกาสที่เหมาะสม (Advantage) หมายถึง การรู้จักแสวงหาโอกาสที่เหมาะสมในการดำเนินการสิ่งต่างๆ

3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คือการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ
4. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Ego) หมายถึง การมีความต้องการสำเร็จ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความรับผิดชอบ และพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับอุปสรรคหรือความยากลำบากต่างๆ
5. การทำงานเป็นทีม (Team) คือ การร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ
6. การคำนึงถึงสังคม (Social) คือ การให้ความสำคัญแก่สังคม ชุมชน หรือสภาพแวดล้อม

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้งหมดล้วนมีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามมุมมองของแต่ละคน แต่ก็มีคุณลักษณะหลายข้อที่สอดคล้องกัน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผสมผสานกันทั้งคุณลักษณะส่วนบุคคลและคุณลักษณะด้านธุรกิจ อาทิ ความกล้าเสี่ยง ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่น ความมีมานะและทำงานหนัก ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสามารถในการบริหาร ความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระ การตัดสินใจ การใส่ใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ประสบการณ์ในสิ่งที่ทำ วุฒิภาวะทางอารมณ์ เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะทั้ง 2 ส่วน โดยจะนำองค์ประกอบ 47 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จากการศึกษารัฐจรินทร์ พรชัยพิเศษกุล และคณะ (2546) มาศึกษาต่อ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อนำตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากมาหาความสัมพันธ์ และจัดกลุ่มให้มีจำนวนตัวแปรน้อยลง สามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรที่ชัดเจน รวมทั้งทำให้ได้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สมบูรณ์ขึ้น

1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.3.1 งานวิจัยในประเทศ

จากการค้นคว้งานวิจัยต่างๆ ทั้งวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ งานวิจัยทั่วไป ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบงานวิจัยที่น่าสนใจ ดังนี้

รัฐจรินทร์ และคณะ (2546: 61-72) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจการผลิต บริหาร การค้า และการเกษตรทั่วประเทศ โดยทำการสุ่มตัวอย่างสัดส่วนของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่กำหนด คือ เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ ริเริ่มสร้างธุรกิจและมีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง อยู่ในธุรกิจมาไม่เกิน 10 ปี ไม่รวมผู้ได้รับแฟรนไชส์ และเป็นกิจการที่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้จนเติบโตเต็มที่ มีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ที่สร้างขึ้นโดยใช้ตัวแปรคุณลักษณะที่เลือกมาจากการศึกษางานวิจัยต่างๆ และจากการสำรวจเบื้องต้นจากผู้ประกอบการ

มีกลุ่มตัวอย่าง 504 ตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ประสบความสำเร็จ มีทั้งหมด 10 ปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและมีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในแต่ละภาค ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ต่างกันที่ระดับความสำคัญของคุณลักษณะ

ชัชวาล วณิชผล (2546: 80-91) ได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการจำนวน 93 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการพบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้ และความมุ่งมั่นในความสำเร็จ คุณลักษณะทั้ง 6 ด้านของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง ขณะที่ภูมิความรู้ความชำนาญทั้ง 3 ด้าน คือ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ด้านอาชีพ และประสบการณ์ด้านการบริหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการที่วัดจากแนวโน้มทางด้านกำไร และคุณลักษณะด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จที่วัดจากความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อกิจการที่ได้ดำเนินการวัดโดยรวม

วุฒิชัย จงคำนึ่งสีล (2547: 205-223) ศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ จำนวน 500 คน ผลการศึกษาสรุปว่า องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมประกอบด้วย 15 องค์ประกอบ ได้แก่ การรู้จักเข้าใจและยอมรับตนเอง ความคิดสร้างสรรค์ การใฝ่รู้ การวางแผน การตัดสินใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความอดทน ความกล้าเสี่ยง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มนุษยสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร การเป็นผู้นำ การปรับตัว

ชูชัย สมิทธิไกร (2548: 27) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบวิสาหกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิต การค้า การบริการ จำนวน 380 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงมีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำอย่างมีนัยสำคัญจำนวน 11 ด้าน ได้แก่

ความยืนหยัดอดทน ใฝ่ความสำเร็จ การจัดการกับความล้มเหลว แรงจูงใจและพลัง วิสัยทัศน์และเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูล ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ การแสวงหาโอกาสและความซื่อสัตย์สุจริต ส่วนด้านที่ไม่มีความแตกต่างกันมี 2 ด้าน ได้แก่ ความกล้าเสี่ยงและมนุษยสัมพันธ์

กมลกานต์ เทพธรรานนท์ (2549: 120-122) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงศึกษาตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ในกิจการทั้ง 3 ประเภท คือ ภาคอุตสาหกรรม ภาคค้าส่ง-ค้าปลีก และภาคบริการ จำนวน 409 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับสูง ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .50 .47 .54 ตามลำดับ ตัวแปรภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการได้ร้อยละ 32.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2549: 39-41) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และหาความสำคัญของคุณลักษณะสำคัญทั่วไปของผู้ประกอบการกับการประสบความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการในภาคใต้จำนวน 375 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้มีลักษณะวิสาหกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมามุ่งเน้นลูกค้าเดิม ผลกำไรอย่างต่อเนื่อง การแสวงหาแหล่งเงิน และการควบคุมภายใน ผู้ประกอบการมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นชาย นับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพสมรส เริ่มทำธุรกิจของตนเองระหว่างช่วงอายุ 20-30 ปี มีประสบการณ์ก่อนทำธุรกิจของตนเอง 1-3 ปี มีเหตุผลในการประกอบธุรกิจเพื่อต้องการเป็นอิสระและบริหารงานเอง

ในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของลักษณะวิสาหกิจ ลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถทางการจัดการ พบว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็นผลมาจากลักษณะวิสาหกิจ ลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ และความสามารถทางการจัดการ

ในส่วนของคุณลักษณะผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการประเมินตนเองเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ทำให้ประสบความสำเร็จว่า เป็นผู้มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐาน (ขยัน ซื่อสัตย์ อดทน) เป็นผู้มีบุคลิกดี มีมนุษยสัมพันธ์ในระดับดีมาก และเป็นผู้ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลาง

จากการศึกษางานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการพบคุณลักษณะที่สำคัญที่หลายงานวิจัยกล่าวถึงหรือค้นพบตรงกันหลายด้าน อาทิ ความมุ่งมั่น การมุ่งมั่นความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์ การมีวิสัยทัศน์และเป้าหมาย การทุ่มเทให้ธุรกิจ ความขยันและยืนหยัดอดทน ความกล้าเสี่ยง ความเชื่อมั่นในตนเอง และการจัดการกับความล้มเหลว

1.3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

สิงห์, สัตวีร์ (Singh, Satvir. 1989: Abstract) ศึกษาคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ การให้คุณค่ากับงาน และวิธีการเติบโตเร็วและช้าของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก พบว่ามีตัวแปรทางจิตวิทยาซึ่งแตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่เติบโตเร็วและช้า ผลแสดงให้เห็นว่าการเติบโตทางธุรกิจในอัตราที่รวดเร็วเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะสูงในด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ความมั่นใจในตนเอง ความเพียรพยายามไม่ท้อถอย การแข่งขัน และการศึกษา

ดอน วาย ลี, อีริค ดับเบิลยู. เค ทีซัง (Don Y Lee, Eric W. K Tsang. 2001: Abstract) ศึกษาผลของลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ ภูมิหลัง และกิจกรรมเครือข่ายที่มีต่อการเติบโตของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมชาวจีนในสิงคโปร์จำนวน 168 คน ลักษณะของบุคลิกภาพประกอบด้วย ความต้องการความสำเร็จ การเชื่ออำนาจควบคุมภายในตนเอง การพึ่งตนเอง และความสนใจสังคม ภูมิหลังประกอบด้วย การศึกษาและประสบการณ์ ส่วนกลุ่มเครือข่ายประกอบด้วย ขนาดและความถี่ของเครือข่ายที่ติดต่อสื่อสารกัน ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ประสบการณ์ กิจกรรมเครือข่าย และจำนวนของหุ้นส่วน รวมทั้งการเชื่ออำนาจควบคุมภายในตนเอง และความต้องการความสำเร็จ เป็นปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการเติบโตของธุรกิจในส่วนของ 2 คุณลักษณะที่เหลือคือ การพึ่งตนเอง และความสนใจสังคม ส่งผลด้านลบต่อจำนวนของหุ้นส่วนและส่งผลด้านบวกต่อกิจกรรมเครือข่ายตามลำดับ ผลกระทบของการศึกษาต่อการเติบโตของธุรกิจขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ การศึกษาส่งผลทางบวกต่อธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าแต่ส่งผลทางลบต่อธุรกิจที่มีขนาดเล็กกว่า จากการศึกษาบ่งชี้ว่าในจำนวนปัจจัยทั้งหมด ประสบการณ์ในการจัดการและประสบการณ์ในด้านธุรกิจเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ

อาร์เน โอลาฟ ออยฮัส (Arne Olav Oyhus. 2003: Abstract) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการในอินโดนีเซียและแทนซาเนียในภาพลักษณ์ของการทำงานแบบฉายเดี่ยวและการทำงานแบบเป็นทีม พบว่า ผู้ประกอบการของทั้ง 2 ประเทศจะมีลักษณะชอบทำงานคนเดียว ชอบฉายเดี่ยว เข้าไปเกี่ยวข้องกับคนอื่นในสังคมไม่มากนัก แต่ผู้ประกอบการจะใช้ประโยชน์จากสัมพันธภาพส่วนตัวกับกลุ่มเพื่อนและสมาชิกครอบครัวที่ค่อนข้างกว้างขวาง มั่นคง เครือข่ายลักษณะนี้ช่วยเน้นให้เห็นถึงบทบาทของความสัมพันธ์ส่วนบุคคลว่าเป็นทุนทางสังคมที่ทำให้ภาพลักษณ์ของความเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจเด่นชัดมากขึ้น

เค. อา. จี. นาอีร์, อานู แพนเดย์ (K.R.G Nair, Anu Pandey. 2006: Abstract) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการรัฐเคราลา ประเทศอินเดีย ในประเด็นเศรษฐกิจสังคมและทัศนคติพื้น

ฐาน พบว่าสถานะเศรษฐกิจของครอบครัว อายุ การอบรมทางด้านเทคนิค และประสบการณ์ในการทำงานในสายงานที่เกี่ยวข้องจะส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะมีความคิด ทัศนคติในทางสร้างสรรค์มากกว่าคนกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด และยิ่งกว่านั้นคือผู้ประกอบการจะมีความเชื่อในอำนาจควบคุมภายในตนเองสูง ในขณะที่ความเจ็บแสบแหลมทางธุรกิจ และความเชื่อในศาสนาไม่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ

คอลลินส์ โทเนีย วาย. (Collins Tonia Y. . 2007: Abstract) ศึกษาความแตกต่างทางเพศต่อพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ศึกษาคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการ ว่ามีปัจจัยทางสังคมอะไรที่มีอิทธิพลให้ผู้หญิงตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ศึกษาตัวแปรด้านการศึกษา ความเชื่อเกี่ยวกับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะอื่นๆ ในกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการชายและหญิง 110 คน ใน 2 เมือง ในมิดเวสต์ (Midwest) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการชายและหญิงมีความแตกต่างกันในคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการในแต่ละเพศและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการชายจะมีคะแนนสูงในการวัดความสามารถในด้านการปรับตัว ความอดทนต่อความเสี่ยง การจัดการเวลา การชอบเข้าสังคม และความคิด ขณะที่ผู้ประกอบการหญิงมีคะแนนสูงในการวัดเรื่องการวางแผน การตั้งเป้าหมาย การรู้โดยสัญชาตญาณ การสามารถรับรู้และเข้าใจ นอกจากนี้ ชายและหญิงจะต่างกันในเรื่องความเชื่อต่อความสำเร็จในการประกอบการ สำหรับผู้ชายจะพิจารณาถึงผลตอบแทนทางการเงิน การยอมรับในสังคม ความท้าทาย ความรักในธุรกิจ และการสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าในระดับที่เสมอกัน ขณะที่ผู้หญิงจะมองถึงเรื่องการได้รับการยอมรับ ความรักในธุรกิจ และตามด้วยผลตอบแทนทางการเงิน

แดฟนา ชวาร์ตซ์, อายาลา มาลาช-ไพน์ส (Dafna Schwartz, Ayala Malach-Pines. 2007: Abstract) ศึกษาลักษณะผู้ประกอบการ 2 แบบ คือ ผู้ประกอบการที่เทคโนโลยีสูง และ เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งถูกมองว่าคล้ายกับผู้จัดการ โดยพยายามบ่งชี้ถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่าง 2 แบบนี้ มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เทคโนโลยีสูง 25 คน และ เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก 50 คน เกี่ยวกับครอบครัว ภูมิหลังด้านอาชีพ การรับรู้ตนเอง และทัศนคติต่องาน จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่เหมือนกันของทั้ง 2 กลุ่ม คือมีความซับซ้อนสูง มองโลกในแง่ดี มีพลัง ฟุ้งตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ และที่พบว่ามีแตกต่างกันคือ ผู้ประกอบการที่เทคโนโลยีสูงจะมีการศึกษาสูงกว่า มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่า มีประสบการณ์ในการทำงานเป็นผู้นำมากกว่า ขณะที่เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจะมีลักษณะที่จริงจังหรืออยู่กับความเป็นจริงมากกว่า รักการจัดการมากกว่า และมีความน่าจะเป็นที่จะมีพ่อเป็นผู้ประกอบการ

เวย์น เอช. สจวร์ต, จูเนียร์. (Wayne H. Stewart, Jr. . 2007: Abstract) ศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพเพื่อที่จะอธิบายพฤติกรรมของผู้ประกอบการโดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการกับผู้จัดการ จากการศึกษพบว่า ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการสูงกว่าคนเป็นผู้จัดการ

การ และความแตกต่างนั้นมาจากการตั้งเป้าหมายที่กล้าเสี่ยงมากกว่า โดยผู้ประกอบการแสดงออกถึงแรงกระตุ้นสู่ความสำเร็จมากกว่าคนที่เป็นผู้จัดการ

จากการศึกษางานวิจัยต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการพบว่า มีแง่มุมและมิติในการศึกษาที่ค่อนข้างหลากหลายและน่าสนใจ เช่น มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการนอกเหนือจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการร่วมด้วย หรือมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านจิตลักษณะของผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงและต่ำ เปรียบเทียบคุณลักษณะระหว่างผู้ประกอบการกับผู้จัดการอาชีพ หรือเปรียบเทียบคุณลักษณะระหว่างผู้ประกอบการชายและหญิง นอกจากนี้ยังมีการเน้นศึกษาคุณลักษณะเฉพาะด้านของผู้ประกอบการในด้านใดด้านหนึ่งอย่างลงลึกด้วย

ในส่วนของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ค้นพบจะมีความคล้ายคลึงกับการการศึกษางานในประเทศ ที่เน้นบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการไปในด้านการมุ่งความสำเร็จ การเชื่ออำนาจในตนเอง ความมั่นใจ ความเพียรพยายามไม่ท้อถอย ความสามารถในการจัดการ การมีเครือข่ายความสัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ โดยจะมีการศึกษาคุณลักษณะที่ลงลึกเฉพาะด้านและศึกษาในรายละเอียดของตัวแปร ทำให้เห็นภาพคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้หลายมิติหลายแง่มุม ตลอดจนเห็นถึงความซับซ้อนของปัจจัยทางจิตลักษณะระหว่างตัวแปรที่ต่างกันด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือที่มักจะเรียกว่า SMEs ประกอบไปด้วยกิจการผลิตสินค้าทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม กิจการให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีก

1. กิจการผลิตสินค้า ครอบคลุมถึงการผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบกิจการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ หรือด้วยมือ รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

2. กิจการบริการ ครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและห้องพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

3. กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า การค้าส่ง หมายถึงการขายสินค้าแก่ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบันผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูป

สินค้าให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน รวมถึงการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

(สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2545: ออนไลน์)

ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปที่คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ (Committee for Economic Development) (CED) ได้กำหนดไว้คือ การบริหารงานต้องเป็นอิสระ ไม่มีบริษัทอื่นมาควบคุม โดยทั่วไปเจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารเอง มีบุคคลคนเดียว หรือบุคคลกลุ่มเล็กๆ เพียงกลุ่มเดียวจัดหาทุนและเป็นผู้บริหารเอง มีการดำเนินกิจการอยู่ภายในพื้นที่ พนักงานและเจ้าของมักจะอยู่ในพื้นที่เดียวกัน แต่สินค้าที่ขายไม่จำเป็นต้องมีตลาดอยู่แต่เฉพาะในพื้นที่เท่านั้น และธุรกิจเหล่านี้ต้องเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เมื่อเทียบกับธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในประเภทเดียวกัน

ในการจัดประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีเกณฑ์มาตรฐานกำหนดจากปริมาณการจ้างงานและมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่ ซึ่งเป็นไปตามกฎของกระทรวงอุตสาหกรรม ตามตารางดังนี้ (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. 2549: 11-12)

ตาราง 1 เกณฑ์มาตรฐานในการจัดประเภทวิสาหกิจ

ประเภทกิจการ	วิสาหกิจขนาดกลาง	วิสาหกิจขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท - การจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท - การจ้างงานไม่เกิน 50 คน
2. กิจการให้บริการ	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท - การจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท - การจ้างงานไม่เกิน 50 คน
3. กิจการค้าส่ง	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท - การจ้างงานเกินกว่า 25 คน แต่ไม่เกิน 50 คน	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท - การจ้างงานไม่เกิน 25 คน
4. กิจการค้าปลีก	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินมากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท - การจ้างงานเกินกว่า 15 คน แต่ไม่เกิน 30 คน	- ขนาดสินทรัพย์ถาวรไม่รวมค่าที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท - การจ้างงานไม่เกิน 15 คน

ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากเอกสารเผยแพร่ของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าภายหลังที่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ จำต้องขอรับความช่วยเหลือทางการเงินจากองค์กร

การเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความสำคัญต่อการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของไทย เนื่องจาก SMEs มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ ก่อประโยชน์ในการสร้างการจ้างงานในภูมิภาคต่างๆ การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิต การสร้างรายได้จากการส่งออก และการประหยัดเงินตราต่างประเทศ จากการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ช่วยเชื่อมโยงกิจการขนาดใหญ่ในด้านรับช่วงการผลิต และเชื่อมโยงกับภาคเกษตรโดยการเป็นแหล่งรับซื้อวัตถุดิบ เป็นจุดเริ่มต้นการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ซึ่งถ้าประสบความสำเร็จก็จะเป็นฐานของการพัฒนาต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งฝึกฝนและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานแก่ตลาดแรงงานด้วย (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2545: ออนไลน์)

2. การจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Groups)

2.1 ลักษณะของการสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่ม เป็นเทคนิคหนึ่งในการวิจัยเชิงคุณภาพ คำว่า 'Focus groups' หมายถึง กลุ่มที่เจาะจง คือกลุ่มคนที่ถูกจัดขึ้นมา เพื่อการสนทนาหรือการอภิปรายกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเจาะจง เพื่อจะหาข้อมูลที่ถูกต้องตรงประเด็นสำหรับตอบคำถามการวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ สจวร์ต และแซมดาสานี (ชาย โพรสิตา. 2549: 208; อ้างอิงจาก Stewart and Shamdasani, P.N. . 1990. Focus Groups: Theory and Practice) เน้นว่าหัวใจสำคัญของการสนทนากลุ่มอยู่ที่การทำให้กลุ่มมีพลวัตที่เหมาะสม (Groups dynamics) เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้มีปฏิกริยาโต้ตอบกันในเรื่องที่สนทนา ไม่ใช่ให้สมาชิกกลุ่มตอบคำถามของนักวิจัยเป็นรายตัวเหมือนการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว แต่ข้อมูลที่ตีจากการสนทนากลุ่มควรมาจากการอภิปรายที่สมาชิกกลุ่มมีการโต้ตอบกัน

ลักษณะการสนทนากลุ่มเป็นการนั่งสนทนากันระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ ตามปกติมีประมาณ 6-12 คน บางกรณีมีข้อยกเว้นอาจมีได้ประมาณ 4-5 คน แต่โดยทั่วไปขนาดที่พอเหมาะ ผู้ร่วมกลุ่มควรมีประมาณ 6-8 คน โดยสมาชิกจะต้องมีลักษณะสำคัญคล้ายกันจึงจะเอื้ออำนวยให้กลุ่มเกิดพลวัตได้ และจะต้องมีผู้ทำหน้าที่ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นการสนทนาเพื่อจูงใจให้บุคคลได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นการสนทนาให้ได้กว้างขวางลึกซึ้ง การสนทนาจะมีลักษณะที่เปิดกว้างให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้โต้ตอบ วิพากษ์วิจารณ์ได้ ผู้วิจัยจะคอยวิเคราะห์สถานการณ์ในกลุ่ม นำประเด็นที่สงสัยว่าจะเป็นสมมุติฐานมาพูดคุย รวบรวมข้อมูลมาช่วยในการทดสอบสมมุติฐานที่มีอยู่ รวมทั้งอาจได้รับข้อมูลใหม่จากการพูดคุย ช่วยให้ได้สมมุติฐานที่มีความเป็นระบบมากขึ้น (ภาณี วงษ์เอก. 2541: 400-401 และชาย โพรสิตา. 2549: 240)

2.2 แนวทางการใช้การสนทนากลุ่ม

แนวทางการใช้การสนทนากลุ่มที่นิยมกันมีจุดมุ่งหมายดังนี้คือ

(ภาณี วงษ์เอก. 2541: 401-402)

1. ใช้ในการสร้างสมมุติฐานใหม่ๆ (Generating Hypotheses)
2. ใช้ในการสำรวจความคิดเห็น ทศนคติ และคุณลักษณะต่างๆ ของประชากร
3. ใช้ในการทดสอบแนวความคิดในเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
4. ใช้ในการประเมินผลทางด้านธุรกิจ
5. ใช้ในการกำหนดคำถามและเพื่อทดลองใช้แบบสอบถาม
6. ใช้เพื่อเป็นการค้นหาคำตอบที่ยังคลุมเครือ หรือไม่แน่ชัดของการวิจัยแบบสำรวจ

เพื่อช่วยเสริมให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.3 ขั้นตอนการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนดำเนินการวิจัยแบบการสนทนากลุ่มมีขั้นตอนดังนี้ (ชาย โพธิ์สิตา. 2549: 222-223)

1. กำหนดปัญหาหรือหัวข้อ รวมทั้งคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เหมาะสม
2. กำหนดประชากรเป้าหมายในการวิจัยและออกแบบตัวอย่างเพื่อร่วมในการสนทนากลุ่มให้เหมาะสมกับเรื่องและหัวข้อการวิจัย
3. สร้างแนวคำถามสำหรับการสนทนา (Guideline) และกำหนดผู้ที่จะทำหน้าที่ดำเนินการสนทนา ให้สอดคล้องกับหัวข้อเรื่อง คำถามการวิจัย และลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
4. จัดการสนทนากลุ่มซึ่งมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้แล้ว เพื่อเชิญมาร่วมการสนทนาให้ได้ และดำเนินการสนทนาในสถานที่และเวลาที่เหมาะสม
5. จัดการข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลการวิจัย ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการสรุปเฉพาะสาระสำคัญเพื่อประโยชน์เฉพาะบางอย่างตามเจตจำนงของนักวิจัย

2.4 การดำเนินการสนทนากลุ่ม

การดำเนินการสนทนากลุ่มควรเริ่มจากการจัดในสถานที่ที่เหมาะสม ให้ผู้ร่วมสนทนา รู้สึกสบาย ไม่แปลกแยก มีสมาธิในการสนทนา การจัดที่นั่งควรให้ทุกคนอยู่ในตำแหน่งที่จะเห็นคนอื่นในกลุ่มอย่างทั่วถึง ไม่เบียดกันเกินไป ส่วนใหญ่จะจัดเป็นวงกลม มีการเตรียมเครื่องบันทึกเสียง ให้พร้อม รวมทั้งจัดน้ำดื่ม และอาหารว่าง (ถ้ามี)

เมื่อสมาชิกในกลุ่มมาพร้อมกันแล้ว การสนทนาจะเริ่มต้นด้วยการแนะนำตัวสั้นๆ ผู้ดำเนินการสนทนาอาจกล่าวขอบคุณผู้ร่วมสนทนาและชี้แจงเกี่ยวกับงานวิจัยเพียงสั้นๆ แต่ต้องเน้นย้ำเรื่องการรับฟังความคิดเห็นและประสบการณ์ของกันและกัน การพูดคุยอย่างเปิดเผยเป็นกันเอง แม้ความคิดเห็นจะแตกต่างกัน เพื่อนักวิจัยจะได้ทราบประสบการณ์ตามความเป็นจริงของแต่ละคน

ผู้ดำเนินการสนทนาจะเริ่มจากคำถามทั่วๆ ไปก่อน เพื่อให้ผู้ร่วมสนทนารู้สึกผ่อนคลาย แล้วจึงนำเข้าสู่คำถามตามที่ได้กำหนดไว้เป็นลำดับขั้น และพยายามกระตุ้นให้ทุกคนมีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน โดยในระหว่างการสนทนา จะต้องมีการบันทึกเสียงและจดบันทึกประเด็นสำคัญตามไปด้วย และผู้ดำเนินการสนทนาจะรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อไปใช้ในการวิจัยต่อไป (ชาย โพธิ์สิตา.2549: 242-244)

2.5 ข้อดีของการสนทนากลุ่ม

1. ทำให้ได้รายละเอียดลึกซึ้ง สามารถตอบคำถามประเภททำไมและอย่างไร ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถบอกได้
2. ประหยัดงบประมาณและเวลามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยเชิงปริมาณ
3. การสนทนากลุ่มจะช่วยบ่งชี้อิทธิพลของวัฒนธรรมและคุณค่าต่างๆ ของสังคมนั้นได้ เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มมาจากวัฒนธรรมเดียวกัน
4. ผลการสนทนากลุ่มของกลุ่มเล็กอาจใช้เป็นตัวแทนของกลุ่มใหญ่ได้
5. ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มจะให้ภาพของลักษณะสังคม ไม่ใช่ภาพเฉพาะรายบุคคล
6. สภาพของการสนทนากลุ่มช่วยให้เกิดข้อมูลที่เป็นจริงและครบถ้วน เพราะสภาพกลุ่มเกิดจากการคัดสรรคนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ยอมเปิดเผยพฤติกรรมมากกว่าการสัมภาษณ์ (วุฒิชัย จงคำหนึ่งศิลป์. 2547: 57; อ้างอิงจากโยธิน แสงวงศ์. 1987.เทคนิควิธีในการวิจัยเชิงคุณภาพ : การสนทนากลุ่ม: 49)

2.6 ข้อจำกัดของการสนทนากลุ่ม (ภาณี วงษ์เอก. 2541: 410)

1. ต้องระวังไม่ให้เกิดการผูกขาดการสนทนาขึ้นโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งในกลุ่ม และไปครอบงำผู้ร่วมสนทนาคนอื่น โดยผู้ดำเนินการสนทนาจะต้องมีเทคนิคในการให้ความสำคัญกับผู้ร่วมสนทนาให้เท่ากันทุกคน
2. พฤติกรรมหรือความคิดเห็นบางอย่าง ซึ่งเป็นส่วนที่ไม่ยอมรับของชุมชนอาจไม่ได้รับการเปิดเผยในการสนทนากลุ่ม ถ้าหากไปสัมภาษณ์ตัวต่อตัวจะได้รับการเปิดเผยมากกว่า

จากข้อมูลที่ศึกษาทั้งหมดสรุปว่า การสนทนากลุ่มเป็นเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการจัดกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันตามเป้าหมายของการวิจัยให้มีการสนทนาแลกเปลี่ยนกัน เป็นการสนทนาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจงเพื่อตอบคำถามการวิจัยในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และจะต้องมีผู้ดำเนินการสนทนา ช่วยเอื้ออำนวยให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย และมีปฏิกิริยาโต้ตอบกันอย่างกว้างขวาง เพื่อทำให้กลุ่มเกิดพลวัต โดยจะดำเนินการสนทนาตามแนวคำถามที่เตรียมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

โดยทั่วไป การสนทนากลุ่มที่ดีควรอยู่ระหว่าง 6 – 8 คน หรือไม่เกิน 12 คน ใช้การจัดที่นั่งเป็นวงกลมให้ทุกคนได้มองเห็นหน้ากัน จัดอยู่ในสถานที่ที่มีสมาธิเหมาะแก่การสนทนา มีการบันทึกเสียง และจดบันทึกประเด็นสำคัญ รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนา แล้วจึงรวบรวม

รวมข้อมูลที่ได้อื่นไปใช้ร่วมกับข้อมูลจากแหล่งอื่น เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม แม้ในการสนทนากลุ่มจะมีข้อดีที่ทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ลึกซึ้ง ประหยัดงบประมาณ และสามารถได้ผลการศึกษาเป็นตัวแทนของประชากรกลุ่มใหญ่ได้ แต่ก็ต้องระวังการผูกขาดสนทนาจากคนบางคน และบางที่อาจไม่ได้ข้อมูลบางอย่าง หากผู้เข้าร่วมไม่พร้อมจะเปิดเผยต่อหน้าคนอื่น ๆ

3. การพัฒนาแบบทดสอบทางจิตวิทยา

3.1 ความหมายของแบบทดสอบทางจิตวิทยา

จากการศึกษาเอกสารมีผู้ให้ความหมายแบบทดสอบทางจิตวิทยาไว้ ดังนี้
 ฟรีแมน (วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์. 2547: 88; อ้างอิงจาก Freeman. 1962. Theory and Practice of Psychological Testing. pp.46) ให้ความหมายแบบทดสอบทางจิตวิทยา หมายถึง เครื่องมือที่มีมาตรฐาน (Standardized) ที่สร้างขึ้นเพื่อวัดลักษณะใดลักษณะหนึ่งหรือหลายลักษณะ อันเป็นบุคลิกภาพของบุคคลทั้งหมดอย่างเป็นปรนัย (Objectively) โดยอาศัยตัวอย่างของพฤติกรรมตอบสนองต่อเครื่องมือทั้งเป็นภาษาและไม่ใช่ภาษา

อนาสตาซี (Anastasi. 1982: 22-28) ให้ความหมายว่า แบบทดสอบทางจิตวิทยาเป็น เครื่องมือที่ใช้วัดกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมอย่างเป็นปรนัย มีคุณค่าในการทำนาย มีความตรง ความเที่ยง และมีความเป็นมาตรฐาน

เมอร์ฟีและเดวิดส์โฮเฟอร์ (สุชีรา ภัทรายุทธวรรตน์. 2545: 15; อ้างอิงจาก Murphy & Davidshofer. 1991. Psychological Testing, Principles and Applications) นิยามการวัดทางจิตวิทยา ว่าหมายถึงลักษณะดังต่อไปนี้ คือ แบบทดสอบทางจิตวิทยาเป็นการวัดตัวอย่างพฤติกรรม (Sample of behavior) ที่เป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัด กระบวนการวัดต้องจัดอยู่ในสภาวะการวัดที่มีความเป็นมาตรฐาน (standardized conditions) ในการให้คะแนน (scoring) และการตีความหมายของคะแนน (interpretation) มีความเป็นปรนัย (Objectivity)

วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์ (2547: 89) ศึกษาจากเอกสารจำนวนหนึ่งแล้วสรุปเป็นความหมายที่ใกล้เคียงกับคนอื่น ๆ ว่า แบบทดสอบทางจิตวิทยาเป็นเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นปรนัย มีมาตรฐานที่ใช้ประเมินพฤติกรรม ค่าที่ประเมินได้จากแบบทดสอบทางจิตวิทยาจะแสดงถึงคุณลักษณะของบุคคล

กล่าวโดยสรุปจากข้อมูลทั้งหมดได้ว่า แบบทดสอบทางจิตวิทยาเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อวัดตัวอย่างคุณลักษณะหรือพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัด โดยเป็นเครื่องมือที่มีมาตรฐาน เป็นปรนัย มีความเที่ยงตรง มีคุณค่าในการทำนาย

3.2 คุณลักษณะของแบบทดสอบทางจิตวิทยา

อนาสตาซี (Anastasi. 1982: 22-28) กล่าวว่า แบบทดสอบทางจิตวิทยามีคุณลักษณะดังนี้

นี้

1. เป็นกลุ่มตัวอย่างของพฤติกรรม (Behavior Sample) แบบทดสอบทางจิตวิทยา จำเป็นต้องมีความเป็นปรนัย และมีมาตรฐานในการประเมินกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรม เปรียบเทียบกับการทดสอบทางชีวเคมี ที่ทดสอบเลือดเพียงหยดเดียว แล้วสรุปไปสู่เลือดทั้งร่างกาย เช่นเดียวกับนักจิตวิทยาก็สามารถวัดพฤติกรรมบางอย่างแล้วสรุปไปสู่พฤติกรรมรวมได้
2. มีคุณค่าในการทำนาย (Diagnosis or Predictive Value) คุณค่าของแบบประเมินทางจิตวิทยาขึ้นอยู่กับระดับของดัชนีที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม เช่น ถ้าแบบประเมินนั้นมีสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ที่ทดสอบกับความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ทั้งหมด ก็จะสอดคล้องกับจุดประสงค์และสามารถทำนายความสำเร็จได้ นั่นคือตัวอย่างพฤติกรรมที่วัดจะมีความคล้ายคลึงกับพฤติกรรมที่ทำนายอย่างกว้างขวาง ดังนั้นพฤติกรรมที่วัดจากแบบประเมินจะต้องเหมือนกับพฤติกรรมจริงในอนาคต ตัวอย่างเช่นการทดสอบภาษาต่างประเทศเพื่อเตรียมตัวไปพูดกับชาวต่างประเทศ ถ้าสอบผ่านพฤติกรรมการพูดภาษาต่างประเทศก็ทำนายได้ว่าสามารถพูดกับชาวต่างประเทศได้
3. มีความเป็นมาตรฐาน (Standardization) การมีมาตรฐานบ่งบอกรูปแบบการวัดที่แน่นอน ในการวัดและการให้คะแนนนั้นหมายถึง ถ้าบุคคลให้คะแนนแบบทดสอบเดียวกันสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ หรือให้คะแนนใกล้เคียงกัน
4. มีความเป็นปรนัย (Objectives) ลักษณะที่เป็นปรนัยคือ การบริหารแบบทดสอบ การให้คะแนนและการแปลความหมายของคะแนนสามารถวัดได้ นับได้ และเป็นอิสระจากความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ทดสอบ การตรวจให้คะแนนจากแบบทดสอบเดียวกัน จากผู้ตรวจ 2 คน จะได้คะแนนเหมือนกัน การตัดสินระดับความยากของข้อคำถามหรือแบบทดสอบทั้งหมดขึ้นอยู่กับวิธีการที่เป็นปรนัยหรือเชิงประจักษ์
5. มีความเชื่อมั่น (Reliability) ในเชิงคณิตศาสตร์ คำว่า ‘เชื่อมั่น’ หมายถึงความคงที่ของคะแนนที่ได้จากคนๆ เดียวกัน เมื่อทำการทดสอบซ้ำด้วยแบบทดสอบเดิมหรือแบบทดสอบที่มีความเท่าเทียมกัน เช่น ผู้รับการทดสอบทำการทดสอบคุณลักษณะ 50 ข้อ ทำได้ 40 คะแนน แต่ไปทำชุดอื่นที่มีความยากง่ายเท่ากันได้ 20 คะแนน แสดงให้เห็นว่า แบบทดสอบชุดนี้ขาดความเชื่อมั่น อาจตรวจสอบได้โดยการเปรียบเทียบคะแนนที่ได้จากแบบทดสอบเดียวกัน ในเวลาต่างกัน ในสภาพต่างกัน
6. มีความเที่ยงตรง (Validity) แบบทดสอบที่มีความเที่ยงตรงจะตอบคำถามว่าแบบทดสอบนั้นทำหน้าที่ได้ดีเพียงใด วัดได้ตรงกับจุดมุ่งหมายที่วางไว้หรือวัดในสิ่งที่ต้องการได้ตรงตามสภาพการณ์ของบุคคล เช่นสังเกตเห็นว่าบุคคลมีพฤติกรรมก้าวร้าว แต่เมื่อใช้แบบประเมินความก้าวร้าว ผลปรากฏในทางตรงกันข้าม แสดงว่าแบบทดสอบนั้นขาดความเที่ยงตรง

3.3 การหาคุณภาพแบบทดสอบทางจิตวิทยา

3.3.1 อำนาจจำแนก (Discrimination)

อำนาจจำแนกเป็นคุณสมบัติของแบบทดสอบที่สำคัญประการหนึ่ง คือเป็นความสามารถในการแยกลักษณะของคน 2 กลุ่มที่ต่างกันออกจากกันได้ โดยมีผู้กล่าวถึงอำนาจจำแนกดังต่อไปนี้

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543: 130-132) กล่าวถึงอำนาจจำแนกว่าเป็นคุณสมบัติของเครื่องมือที่สามารถจำแนกบุคคลออกเป็น 2 กลุ่มที่มีคุณลักษณะต่างกันในเรื่องที่จะศึกษา ถ้าเครื่องมือเป็นแบบทดสอบวัดความรู้และปัญญา (Cognitive Domain) ก็จำแนกเป็นกลุ่มเก่งและกลุ่มอ่อน ถ้าเครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่ถามความคิดเห็นหรือเป็นมาตรวัดทัศนคติก็จำแนกเป็น 2 กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่างกัน

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 299) กล่าวว่า อำนาจจำแนกหมายถึงความสามารถในการแยกลักษณะคน 2 กลุ่มได้ นั่นคือการแยกคนที่มีคุณลักษณะสูง กับคนที่มีคุณลักษณะต่ำออกจากกันได้

คุณภาพด้านอำนาจจำแนกมีความสัมพันธ์มากกับคุณภาพด้านความเที่ยงตรง ถ้าเครื่องมือมีอำนาจจำแนกแล้วจะมีความเที่ยงตรงด้วย โดยในการหาอำนาจจำแนกของเครื่องมือนั้นมีหลายวิธี ตามลักษณะของเครื่องมือและธรรมชาติของคะแนนที่ได้จากเครื่องมือ

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 299-309) กล่าวถึงวิธีหาค่าอำนาจจำแนกที่นิยมใช้ไว้ดังนี้

1. ดัชนีพอยท์ไบเซรียล (Point-Biserial Index) ดัชนีแบบนี้เป็นลักษณะสหสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร หรือคะแนน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มหนึ่งเป็นค่าแบบต่อเนื่อง อีกกลุ่มหนึ่งเป็นแบบไม่ต่อเนื่อง เช่น คะแนนจากการสอบเรื่องความมีวินัย 30 ข้อ ถ้าให้ข้อละ 1 คะแนน เด็กมีโอกาสได้คะแนนสูงสุด 30 คะแนน ต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนแบบนี้เรียกว่าค่าต่อเนื่อง ถ้าแต่ละข้อให้ตอบเพียงใช่ ไม่ใช่ หรือถูก ผิด คะแนนเป็นแบบ 1 กับ 0 แบบนี้เรียกว่าคะแนนแบบไม่ต่อเนื่อง (Dichotomous)

2. ดัชนีสหสัมพันธ์เพียร์สัน ใช้กรณีตัวเลือกเป็นคะแนนแบบช่วงเท่ากัน เช่น 1 2 3 หรือ 1 2 3 4 หรือมากกว่านั้นก็ได้ ด้านคะแนนมากมักเห็นด้วยอย่างมาก หรือมีคุณลักษณะอย่างนั้นมาก และยอมได้คะแนนรวมมากด้วย หรือหากผู้ตอบเลือกตอบตัวเลือกที่มีคะแนนน้อยยอมได้คะแนนรวมที่น้อย ด้วยลักษณะของคะแนน 2 อย่างขึ้นลงตามกัน แสดงว่าข้อนั้นจำแนกได้ แต่ถ้าไม่ขึ้นลงตามกัน แสดงว่าค่าอำนาจจำแนกไม่ดี หรืออาจขึ้นลงกลับกัน แสดงว่าข้อนั้นไม่ดี โดยการทดสอบนัยสำคัญของค่าอำนาจจำแนกสามารถตรวจสอบได้จากตารางวิกฤติของ r แบบเพียร์สัน

3. อำนาจจำแนกจากการทดสอบที (T-test) ใช้กับเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นหรือวัดทัศนคติ ในกรณีคะแนนแต่ละข้อมีมากกว่า 1 คะแนน แต่ละข้ออาจให้คะแนนเหมือนๆ กัน นั่นคือ ถ้า 3 คะแนน ก็ 3 คะแนนเหมือนกันหมด โดยหลักการคือพยายามหาความ

แตกต่างของกลุ่มที่ได้คะแนนสูงกับกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำ ว่าทำข้อนั้นๆ ได้คะแนนเป็นไปตามความเป็นจริงหรือไม่

4. การหาค่าอำนาจจำแนกรวมทั้งฉบับ แบ่งได้ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 กรณีหาค่าอำนาจจำแนกเป็นค่าสหสัมพันธ์ ในแต่ละข้อ ถ้าจะหาค่าอำนาจจำแนกรวม จะนำค่าอำนาจจำแนกมาเฉลี่ยโดยตรงไม่ได้ เพราะตัวเลขค่าสหสัมพันธ์มีช่วงไม่เท่ากัน การบวกเลข คูณ หาร จึงไม่สามารถแปลความหมายได้ จึงนิยมเปลี่ยนค่าอำนาจจำแนก r เป็นคะแนนช่วงเท่ากัน คือ z ก่อน ค่า z ตัวนี้เรียกว่า Fisher's z เมื่อคำนวณค่า z ได้แล้ว สามารถเปิดหาค่า r กลับได้โดยดูจากค่าของ Fisher's z

วิธีที่ 2 พิจารณาการกระจายคะแนน ตามแนวคิดของกิลฟอร์ด ที่ให้ความคิดว่า ข้อสอบจะจำแนกคนแต่ละบุคคลได้ก็ต่อเมื่อคะแนนจากการแจกแจงกระจาย การพิจารณาการแจกแจงของคะแนนของข้อสอบจึงเป็นแนวทางการหาค่าอำนาจจำแนกอย่างหนึ่ง แต่ละคนจะจำแนกกันได้ ถ้าแต่ละคนทำคะแนนได้แตกต่างกัน เป็นการนำจำนวนข้อสอบมาสัมพันธ์กับคะแนนการตอบของคน มองในรูปของความถี่แต่ละคะแนน

3.3.2 ความเที่ยงตรง (Validity)

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแบบทดสอบหลายๆ เล่ม มีการให้ความหมายของความเที่ยงตรงไว้ค่อนข้างสั้น กระชับ และสอดคล้องตรงกัน คือ กล่าวถึงความเที่ยงตรงว่าหมายถึงคุณสมบัติของแบบทดสอบที่สามารถวัดได้ตรงหรือสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยการที่จะบอกว่าแบบทดสอบใดมีความเที่ยงตรงหรือไม่จะต้องมีการตรวจสอบกับจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เฉพาะของแต่ละแบบทดสอบ (บุญเชิด ภิญโญนันตพงษ์. 2519: 6; สุธีรา ภัทรายุทธวรรตน์. 2545: 79)

ได้มีการแบ่งความเที่ยงตรงออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)
2. ความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ (Criterion related Validity)
3. ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

1. ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

คือคุณสมบัติของแบบทดสอบที่ข้อคำถามหรือข้อความแต่ละข้อมีความสอดคล้องตรงกับเนื้อหาที่ต้องการจะวัด หรือสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ของแบบทดสอบที่ตั้งไว้ ถ้าข้อคำถามที่สร้างขึ้นถามได้ครบถ้วนครอบคลุมตามที่ต้องการให้ถามและเนื้อหานั้นเป็นตัวแทนของเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการให้ถาม ก็ถือว่าแบบทดสอบนั้นมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจะอาศัยการวิเคราะห์เชิงเหตุผล โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านนั้นๆ เป็นผู้พิจารณาข้อคำถามว่าตรงกับสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือไม่ แบ่งเป็น 2 ระยะ ระยะแรก เป็นการตรวจสอบในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ เพื่อพิจารณาว่า เนื้อหาของแบบทดสอบจำแนกออกเป็นหมวดหมู่ หัวข้อ ครบถ้วนตามหลักทฤษฎีหรือไม่ มีการกำหนดน้ำหนักของแต่ละหัว

ข้อเหมาะสมหรือไม่ และข้อคำถามแต่ละข้อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ระยะเวลาหลังเป็นการตรวจสอบในขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ

ชนิดของแบบสอบถามที่ต้องใช้ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คือ แบบวัดผลสัมฤทธิ์ แบบทดสอบความถนัด แบบทดสอบเพื่อวิชาชีพ เช่น ใบประกอบโรคศิลป์ ใบประกอบวิชาชีพ วิศวกรรม ซึ่งถ้าเป็นแบบวัดความรู้หรือแบบวัดผลสัมฤทธิ์ เนื้อหาและพฤติกรรมที่ต้องการวัดจะมีแน่นอนตามหลักสูตรคู่มือการสอนอยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นการวัดความถนัด เจตคติ ค่านิยม บุคลิกภาพ เนื้อหาที่วัดจะไม่แน่นอน จึงต้องมีการให้นิยามความหมาย กำหนดขอบเขตและองค์ประกอบของสิ่งที่ต้องการวัดให้ชัดเจน โดยยึดตามกรอบความคิดที่เชื่อถือได้เป็นเกณฑ์ แล้วนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาตามขั้นตอนต่อไป

เพราะฉะนั้น ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คือ คุณสมบัติของแบบทดสอบที่ข้อคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องตรงกับเนื้อหาที่ต้องการจะวัด โดยในการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านนั้นเป็นผู้พิจารณา

2. ความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ (Criterion related Validity)

เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลนั้นกับเกณฑ์ภายนอกบางอย่าง ซึ่งเป็นสภาพความเป็นจริงที่ได้จากการปฏิบัติ แบ่งได้ 2 ชนิด คือ

2.1 ความเที่ยงตรงตามสภาพ (Concurrent Validity)

ความเที่ยงตรงชนิดนี้เป็นการดูความสัมพันธ์ระหว่างแบบทดสอบกับเกณฑ์ที่ต้องการจะวัด คือ ผลจากการทดสอบสามารถนำมาประเมินสิ่งที่ต้องการได้ตรงกับสภาพที่เป็นจริง เช่น แบบสอบถามประเมินความซื่อสัตย์ ถ้านำไปให้พนักงานการเงินคนหนึ่งตอบ ซึ่งพบว่าพนักงานการเงินคนนี้มี ความซื่อสัตย์มากเป็นที่รู้จักทั่วไป ผลแบบทดสอบพบว่า ได้คะแนนความซื่อสัตย์มาก ซึ่งตรงกับสภาพความเป็นจริงของพนักงานการเงินคนนั้นจริง แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเที่ยงตรงตามสภาพการณ์ ชนิดของแบบสอบถามที่ต้องใช้ความเที่ยงตรงตามสภาพ คือ แบบทดสอบความถนัด แบบวัดความสามารถ แบบวัดบุคลิกภาพ แบบทดสอบเข้าทำงาน

2.2 ความเที่ยงตรงตามการทำนาย (Predictive Validity)

ความเที่ยงตรงชนิดนี้เป็นการดูความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแบบทดสอบกับเกณฑ์การทำนายในอนาคต หมายถึงการที่ผลจากแบบทดสอบสามารถนำมาทำนายผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ เช่น นักเรียนที่ได้คะแนนสูงในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย เมื่อเข้าไปเรียนก็มีผลการเรียนสูง และประสบความสำเร็จในการเรียน แสดงว่าแบบประเมินความถนัดทางการเรียนนี้มีความเที่ยงตรงตามการทำนาย ชนิดของแบบสอบถามที่ต้องใช้ความเที่ยงตรงตามการทำนาย คือ แบบวัดความถนัดทางการเรียน ความถนัดทั่วไป แบบทดสอบวินิจัย แบบวัดความพร้อม แบบวัดบุคลิกภาพ แบบวัดเชาวน์ปัญญา

จากที่กล่าวมาแล้ว ความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ คือ คุณสมบัติของแบบทดสอบที่สามารถวัดได้ตรงกับเกณฑ์ภายนอกบางอย่าง ซึ่งเป็นสภาพความเป็นจริงที่รับรู้ได้ทั่วไป แบ่งได้ 2

ชนิด คือ ความเที่ยงตรงตามสภาพ หมายถึง การวัดได้ตรงกับความเป็นจริง และความเที่ยงตรงตามการทำนาย หมายถึง ผลจากการทดสอบสามารถทำนายผลในอนาคตได้

3. ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างหมายถึงคุณลักษณะของแบบทดสอบที่สามารถวัดได้ตรงตามที่ระบุไว้ในโครงสร้างตามทฤษฎีต่างๆ หรือตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ขึ้นอยู่กับการศึกษาทฤษฎีและการกำหนดจุดมุ่งหมายให้ชัดเจน รวมทั้งสร้างคำถามให้ครอบคลุมตามโครงสร้างทฤษฎีและจุดมุ่งหมาย ชนิดของแบบสอบถามที่ต้องใช้ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างคือ แบบวัดเชาวน์ปัญญา แบบวัดความถนัด และแบบวัดบุคลิกภาพ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างทำได้หลายวิธี ทั้งในลักษณะการตรวจสอบเชิงเนื้อหาและการตรวจสอบเชิงสัมพันธ์กับเกณฑ์ ดังนี้

3.1 การตรวจสอบเชิงเหตุผล เป็นการตรวจสอบเนื้อหาของข้อความว่า สอดคล้องหรือตรงตามกรอบความคิด หรือทฤษฎีที่ใช้กำหนดเป็นโครงสร้างในการวัดหรือไม่ การตรวจเหมือนกับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.2 การตรวจสอบความสอดคล้องภายใน เป็นการตรวจสอบว่า ข้อคำถามทั้งหมดนั้นใช้วัดในทฤษฎีหรือโครงสร้างเดียวกันหรือไม่ ซึ่งทำได้ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของแบบวัดทั้งชุด ข้อคำถามใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

3.3 การหาความสัมพันธ์กับแบบทดสอบที่เป็นเกณฑ์ วิธีการนี้เราสามารถทำแบบทดสอบใหม่ขึ้นมาศึกษาหาความสัมพันธ์กับแบบทดสอบมาตรฐานที่เชื่อแน่ว่าวัดโครงสร้างนั้นได้ กระทำด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลหรือคะแนนจากแบบทดสอบที่เราสร้างกับแบบทดสอบของคนอื่นในทฤษฎีหรือโครงสร้างเดียวกัน ซึ่งสร้างและพิสูจน์ไว้ก่อนแล้วว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ถ้าแบบทดสอบของเรามีสหสัมพันธ์กับของเขาสูงแสดงว่าแบบทดสอบที่เราสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

3.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2539: 263-264) เป็นวิธีที่จะต้องหาค่าสหสัมพันธ์ภายใน (Inter-correlation) ของข้อคำถามแต่ละข้อ จากนั้นจึงหาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เพื่อพิจารณาว่าข้อสอบแต่ละข้อวัดองค์ประกอบเดียวหรือไม่ ถ้าคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบแล้วพบว่า มีหนึ่งองค์ประกอบ แสดงว่าแบบทดสอบฉบับนั้นมีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

3.5 การตรวจสอบด้วยการเทียบกลุ่มรู้จัก (Known Group Technique) วิธีการนี้จะนำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นไปใช้กับกลุ่มที่ทราบคุณลักษณะทางจิตวิทยาที่ต้องการแล้ว โดยใช้ 2 กลุ่มที่มีลักษณะตรงข้ามกัน โดยนำแบบทดสอบไปใช้กับทั้ง 2 กลุ่ม แล้วนำผลมาเปรียบเทียบกัน ถ้าพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าข้อสอบนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

3.6 วิธีคำนวณจากหลายลักษณะหลายวิธี (The Multitrait – Multimethod Matrix) เป็นวิธีหาความเที่ยงตรงแบบหลายลักษณะวิธี ซึ่งแคมป์เบลและฟิสค์ (Campbel and Fiske.1959) ได้กล่าวถึงว่าเป็นการหาความเที่ยงตรงที่ประกอบด้วยลักษณะวัดที่มี 2 ลักษณะหรือมากกว่า และมีวิธีวัด 2 วิธีหรือมากกว่า และคำนวณหาความเที่ยงตรง 2 ลักษณะ คือความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminated Validity)

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง คือ คุณสมบัติของแบบทดสอบที่วัดได้ตรงตามโครงสร้างหรือทฤษฎีต่างๆ โดยสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างได้หลายวิธีคือ การตรวจสอบตามเนื้อหาทฤษฎี การตรวจสอบความสอดคล้องภายใน การหาความสัมพันธ์กับแบบทดสอบที่เป็นเกณฑ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบ การเทียบกับกลุ่มรู้จัก และการคำนวณจากหลายลักษณะหลายวิธี

3.3.3 ความเชื่อมั่น (Reliability)

ความเชื่อมั่นหมายถึง ความคงที่ของคะแนนที่วัดได้ในแต่ละครั้ง ถ้านำแบบทดสอบไปสอบวัดกับคนกลุ่มเดียวกันครั้งใดก็ได้คะแนนตรงกัน หรือใกล้เคียงกันทุกครั้ง แสดงว่าแบบทดสอบนั้นมีความเชื่อมั่นสูง ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นกับความเที่ยงตรงคือ แบบทดสอบใดมีความเที่ยงตรงสูงก็มักจะมีค่าความเชื่อมั่นสูง แต่ถ้ามีความเชื่อมั่นสูงไม่แน่ว่าจะมีความเที่ยงตรงสูงตาม (บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. 2519: 64-65)

ความเชื่อมั่นจึงเป็นคุณสมบัติที่แสดงถึง ความคงที่ เชื่อถือได้ หาซ้ำได้ ไม่ว่าวัดกี่ครั้งก็จะคงที่ วิธีวัดความเชื่อมั่นมีอยู่หลายวิธี แต่ละวิธีเหมาะสมกับเครื่องมือแต่ละชนิด อาจแบ่งได้เป็น 4 วิธี คือ (นันทา สุรักษา. 2550: 45-49)

1. แบบสอบซ้ำ (Test-retest Method)

วิธีวัดความเชื่อมั่นแบบสอบซ้ำเป็นการนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปสอบวัดกับคนกลุ่มเดียวกัน 2 ครั้ง ในเวลาต่างกัน โดยทิ้งระยะเวลาระหว่างการวัดทั้ง 2 ครั้งไม่ห่างกันมาก หรือไม่ใกล้กันเกินไป จากนั้นเมื่อได้คะแนนมา 2 ชุด จึงมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูง ก็แสดงว่าเครื่องมือนี้มีความเชื่อมั่นสูง หรือเรียกว่า สัมประสิทธิ์ของความคงที่

การวัดความเชื่อมั่นแบบนี้มีข้อดี คือ ใช้เครื่องมือวัดเพียงชุดเดียว ง่ายในการทำเครื่องมือ ไม่ต้องทำแบบทดสอบซ้ำซ้อน หรือทำ 2 ฉบับ แต่ก็มีข้อเสียคือ ต้องเก็บข้อมูล 2 ครั้ง และค่าความเชื่อมั่นไม่สูงมากหากเทียบกับวิธีอื่น

2. แบบใช้เครื่องมือวัดที่มีลักษณะเท่าเทียมกัน หรือคู่ขนานกัน (Equivalent form or parallel form method)

การวัดความเชื่อมั่นวิธีนี้เป็นการหาความเชื่อมั่นโดยการนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นกับเครื่องมืออีกฉบับหนึ่งที่มีคุณภาพเหมือนกันทุกประการ คือ มีเนื้อหา รูปแบบข้อคำถาม จำนวนข้อ ความยากง่ายเหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนเท่ากันทั้ง 2 ฉบับ ไปสอบวัดกับกลุ่มทดลอง

กลุ่มเดียว ได้คะแนน 2 ชุด แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้เรียกว่า สัมประสิทธิ์ของความเท่าเทียมกัน การวัดแบบคู่ขนานนี้มีข้อดีคือ สะดวกในการวัด เพราะใช้การเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว และสามารถหาความเชื่อมั่นได้ค่อนข้างสูง แต่ก็มีข้อเสียคือจะต้องทำแบบทดสอบหรือเครื่องมือวัดออกมาจำนวน 2 ชุด มีความยาก ต้องใช้เวลาและงบประมาณในการทำมากขึ้น

3. แบบแบ่งครึ่ง (Split half method)

การวัดความเชื่อมั่นแบบแบ่งครึ่งเป็นการนำเครื่องมือที่ต้องการหาความเชื่อมั่นไปสอบวัดกับกลุ่มทดลองกลุ่มเดียว แล้วนำเครื่องมือชิ้นนั้นพร้อมคำตอบมาแบ่งครึ่งเป็น 2 ฉบับ ส่วนมากจะแบ่งเป็นข้อคู่กับข้อคี่ เมื่อแบ่งแล้วจะได้ข้อสอบ 2 ฉบับ ซึ่งมีจำนวนข้อเท่ากัน ตรวจคะแนนทั้ง 2 ฉบับได้คะแนนออกมา 2 ชุด แล้วนำคะแนนทั้ง 2 ชุดมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ค่าความเชื่อมั่นครึ่งฉบับ แล้วปรับให้เป็นค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอีกครั้ง

ข้อดีของการวัดความเชื่อมั่นแบบแบ่งครึ่งคือ จะให้ค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าการหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีอื่นๆ แต่ก็มีข้อเสียคือ มีความยากในการทำแบบทดสอบมากกว่าแบบอื่นๆ เพราะเมื่อแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนแล้ว เนื้อหาทั้ง 2 ส่วนจะต้องมีลักษณะคู่ขนานกันทั้งในสิ่งที่ถาม รูปแบบคำถาม และความยากง่ายของข้อคำถาม ลักษณะคล้ายข้อสอบคู่ขนาน จึงต้องใช้เวลาและงบประมาณค่อนข้างสูง

4. วิธีอื่นๆ เพื่อหาความคงตัวภายในของแบบทดสอบ เช่น วิธีวัดของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson) คือ เครื่องมือ 1 ชุดต้องวัดลักษณะเดียวกัน และมีระบบการให้คะแนนแบบตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน วิธีนี้มีข้อดีตรงที่ว่า สอบครั้งเดียวกับกลุ่มตัวอย่างทดลองกลุ่มเดียว แล้วหาค่าความเชื่อมั่นได้

อีกวิธีที่นิยมใช้หาค่าความคงตัวภายในของแบบทดสอบ คือ การใช้วิธีแบบของครอนบัค (Cronbach) ในขณะที่เครื่องมือที่สร้างให้คะแนนเป็นแบบจัดอันดับ หรือมาตราส่วนประเมินค่า เช่น ข้อสอบอัตนัย แบบสอบถาม มาตราวัดทัศนคติต่างๆ ใช้การหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่น หมายถึง ความคงที่ของคะแนนที่วัดได้ในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งก็เท่าเดิมหรือใกล้เคียง การวัดความเชื่อมั่นอาจแบ่งออกเป็น 4 วิธี คือ การสอบซ้ำ การใช้เครื่องมือวัดลักษณะคู่ขนาน แบบแบ่งครึ่ง และวิธีการหาค่าความคงตัวภายในของแบบทดสอบ

3.3.4 เกณฑ์ปกติ (Norm)

จากการศึกษาเอกสารมีผู้ให้ความหมายของเกณฑ์ปกติ ดังนี้

นันทา สุรักษา (2550: 92) ให้ความหมายว่า เกณฑ์ปกติเป็นสถิติหรือข้อมูลที่สรุปเกี่ยวกับคะแนนการทดสอบที่ได้จากการทดสอบหนึ่งๆ ซึ่งเป็นคะแนนที่บรรยายถึงค่ากลางจากการวัดสมรรถนะหรือความสามารถของกลุ่มผู้เข้ารับการทดสอบ

ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543: 313-315) กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ปกติหมายถึง ข้อเท็จจริงทางสถิติที่บรรยายการแจกแจงของคะแนนประชากรที่นิยามไว้อย่างดีแล้ว ซึ่งเป็นคะแนน ตัวที่จะบอกระดับความสามารถของผู้ถูกประเมินว่าอยู่ในระดับใดของกลุ่มประชากร

สุจิต ฝาแก้วมณี (2542: 27) กล่าวว่าเกณฑ์ปกติ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนจากกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรที่อ้างอิง เพื่อเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบและแปลความหมายของการใช้แบบทดสอบกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถแสดงหรือบ่งบอกได้ว่าบุคคลนั้นมี ระดับความสามารถในการทำแบบทดสอบนั้นในระดับใดของกลุ่มประชากร

วอลทซ์และเลนซ์ (สุทธิรัตน์ พิมพ์พงศ์. 2540: 18; อ้างอิงจาก Waltz and Lenz. 1984. Measurement in Nursing Research. pp. 208) ให้ความหมายเกณฑ์ปกติ (Norms) ว่า หมายถึง ข้อเท็จจริงทางสถิติที่บรรยายการแจกแจงของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้จากการ ประเมินและเป็นคะแนนที่จะบอกระดับประเมินของผู้ถูกประเมินว่าอยู่ในระดับใดของกลุ่มประชากร แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานที่แปลงจากคะแนนดิบ

สรุปความหมายของเกณฑ์ปกติได้ว่า เกณฑ์ปกติ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนจากกลุ่มผู้ รับการทดสอบวัดคุณลักษณะบางอย่าง เป็นข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลทางสถิติ ทำให้สามารถ บอกได้ว่าระดับคะแนนของผู้ถูกทดสอบอยู่ในระดับใดของกลุ่ม

การสร้างเกณฑ์ปกติจะต้องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ดีของประชากร และต้องมีจำนวน มากพอที่จะเป็นตัวแทนประชากรได้ จึงจะเป็นเกณฑ์ปกติที่เชื่อมั่นได้ การสร้างเกณฑ์ปกติจึงขึ้นอยู่กับ เกณฑ์ 3 ประการดังนี้ (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2543: 313-315)

1. ความเป็นตัวแทนที่ดี เพื่อให้ได้ความเป็นตัวแทนที่ดี ก่อนการสร้างเกณฑ์ปกติ จะต้องวางแผนการสุ่มตัวอย่างให้ดีไว้ก่อน เพื่อให้เกณฑ์ปกติเชื่อมั่นได้ การสุ่มตัวอย่างมีหลายวิธี เช่น สุ่มตัวอย่างแบบธรรมดา สุ่มแบบแบ่งชั้น สุ่มแบบเป็นระบบ หรือสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม เป็นต้น ควร เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสมโดยพิจารณาจากประชากรเป็นสำคัญ

2. มีความเที่ยงตรง ในที่นี้หมายถึงการนำคะแนนดิบไปเทียบกับเกณฑ์ปกติที่ทำไว้ แล้วสามารถแปลความหมายได้ตรงกับความเป็นจริง เช่น คนหนึ่งสอบได้ 20 คะแนน ตรงกับเปอร์ เซนต์ไทล์ที่ 50 และตรงกับคะแนนที่ 50 แสดงว่าคะแนน 20 เป็นความสามารถปานกลางของกลุ่ม ความเป็นจริงจะเป็นอย่างตัวเลขในเกณฑ์ปกติดังกล่าวได้หรือไม่ ดังนั้นความสอดคล้องของ คะแนนกับเกณฑ์ปกติตามความเป็นจริง จึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากในการแปลความหมายของการ สอบแต่ละครั้ง

3. มีความทันสมัย เกณฑ์ปกตินั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของประชากรกลุ่มนั้น การพัฒนาคนมีอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเกณฑ์ปกติที่เคยศึกษาไว้นานหลายปีแล้ว อาจมีความผิดพลาด จากความเป็นจริง โดยทั่วไปเกณฑ์ปกติควรเปลี่ยนทุก ๆ 5 ปี จึงทันสมัย

การสร้างเกณฑ์ปกติโดยทั่วไปจะต้องมีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มากเพียงพอ และต้องเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรกลุ่มนั้นได้จริง โดยได้จากการสุ่มตัวอย่างที่กระจาย และเกณฑ์ปกติจะต้องมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและด้านต่างๆ ส่งผลต่อลักษณะความสามารถของบุคคล

ชนิดของเกณฑ์ปกติ

เกณฑ์ปกติสามารถแบ่งได้ตามลักษณะของประชากรและลักษณะการใช้สถิติเชิงเปรียบเทียบ โดยแบ่งตามลักษณะของประชากรได้ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2543: 313-315)

1. เกณฑ์ปกติระดับชาติ (National norms) เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่คิดเฉลี่ยจากประชากรที่นิยามไว้มากมายทั่วทั้งประเทศ เช่น การหาเกณฑ์ปกติวิชาคณิตศาสตร์ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ระดับชาติ ก็ต้องสอบนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ทั่วประเทศ หรือสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
2. เกณฑ์ปกติระดับท้องถิ่น (Local norms) เป็นการสร้างเกณฑ์ปกติในระดับเล็กลงมา เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่คิดเฉลี่ยเฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง เช่น ระดับจังหวัด หรือระดับอำเภอ การสร้างเกณฑ์ปกติระดับนี้ค่าใช้จ่ายจะน้อยลงและเป็นประโยชน์ในการเปรียบเทียบคะแนนของผู้สอบกับทั้งจังหวัดหรืออำเภอ
3. เกณฑ์ปกติเฉพาะกลุ่มพิเศษ (Special group norms) เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่คิดเฉลี่ยจากคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ
4. เกณฑ์ปกติระดับโรงเรียน (School mean norms) เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่คิดเฉลี่ยจากนักเรียนในโรงเรียน กรณีสร้างเกณฑ์ปกติของโรงเรียนเดียวหรือกลุ่มโรงเรียนเดียวหรือกลุ่มโรงเรียนในเครือ เรียกว่าเกณฑ์ปกติของโรงเรียนใช้ประเมินเปรียบเทียบนักเรียนแต่ละคนกับนักเรียนส่วนรวมของโรงเรียน และใช้ประเมินการพัฒนาการของโรงเรียนได้ด้วย โดยดูจากการศึกษาแต่ละปีว่า เติบโตหรือด้อยกว่าปีที่สร้างเกณฑ์ปกติเอาไว้

การสร้างเกณฑ์ปกติโดยยึดหลักการทางสถิติหลายอย่าง เช่น

1. เกณฑ์ปกติเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile norms) เกณฑ์ปกติแบบนี้สร้างจากคะแนนดิบที่มาจากประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี แล้วดำเนินการตามวิธีการสร้างเกณฑ์ปกติ แต่พอหาค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ก็หยุดแค่นั้น เกณฑ์ปกติแบบนี้เป็นคะแนนจัดอันดับเท่านั้นจะนำไปบวกลบกันไม่ได้ แต่สามารถเปรียบเทียบและแปลความหมายได้
2. เกณฑ์ปกติคะแนนที (T-score norms) นิยมใช้กันมากเพราะเป็นคะแนนมาตรฐานสามารถนำมาบวกลบและเฉลี่ยได้ มีค่าเหมาะสมในการแปลความหมาย คือมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 100 มีคะแนนเฉลี่ย 50 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 10
3. เกณฑ์ปกติสเตนเนส (Stanines norms) เป็นคะแนนมาตรฐานชนิดหนึ่ง แต่มีค่า 9 ตัว (Standard nine points) ค่าตั้งแต่ 1-9 คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่คะแนน 5 มีความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ฐานประมาณ 2 คะแนน วิธีการหามักเทียบจากเปอร์เซ็นต์ของความถี่ที่คะแนนเรียงตามค่าจะ สะดวกกว่า

4. เกณฑ์ปกติตามอายุ (Age norms) แบบทดสอบมาตรฐานบางอย่างหาคะแนน เกณฑ์ปกติตามอายุเพื่อพัฒนาการในเรื่องเดียวกันว่าอายุต่างกันจะมีพัฒนาการอย่างไร โดยมาก แบบทดสอบวัดเชาวน์ปัญญาและความถนัดจะหาเกณฑ์ปกติโดยวิธีนี้ ส่วนแบบทดสอบวัดผล สัมฤทธิ์จะหาเฉพาะแบบทดสอบวิชาที่เป็นพื้นฐานจริงๆ เช่น ภาษา คณิตศาสตร์ เป็นต้น

5. เกณฑ์ปกติระดับชั้น (Grade norms) เป็นการหาเกณฑ์ปกติระดับชั้นว่า คะแนนเท่าไรควรจะอยู่ระดับชั้นไหนจึงจะเหมาะสม แบบทดสอบที่จะทำเกณฑ์ปกติชนิดนี้ได้ก็ต้อง เป็นเนื้อหาเดียวกัน ดังนั้นวิชาที่นิยมมักจะเป็นวิชาพื้นฐานดังกล่าวแล้วในการสร้างเกณฑ์ปกติตาม ระดับอายุนั่นเอง

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบทดสอบทางจิตวิทยา

3.4.1 งานวิจัยในประเทศ

สุกัญญา เกษจันทร์ (2549: 63-70) สร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบ อาชีพนักสังคมสงเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2548 ของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 1,019 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) นำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจ จำแนก ค่าความเชื่อมั่น เกณฑ์ปกติในรูปของคะแนนที่ปกติและตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์

ผลการวิจัยพบว่า แบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบอาชีพนักสังคม สงเคราะห์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกและเจตคติ และด้าน บุคลิกภาพ ในด้านความรู้ความเข้าใจจำนวน 10 ข้อ มีค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.31 ถึง 0.80 มีค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ .72 มีค่า T-Score อยู่ระหว่าง T_{17} ถึง T_{70} และมีตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.05 ถึง 97.99 ในด้านความรู้สึกและเจตคติจำนวน 20 ข้อ มีค่าอำนาจ จำแนก (t) อยู่ระหว่าง 15.52 ถึง 24.07 มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .89 มีค่า T-score อยู่ระหว่าง T_{20} ถึง T_{83} และมีตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.05 ถึง 99.85 และด้าน บุคลิกภาพจำนวน 20 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนก (t) อยู่ระหว่าง 8.71 ถึง 25.84 มีค่าความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .88 มีค่า T-score อยู่ระหว่าง T_{11} ถึง T_{80} และมีตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ อยู่ระหว่าง 0.05 ถึง 99.85

สุภาพร เจริญธรรม (2549: 84-89) สร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นช่าง อัญมณีและเครื่องประดับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 3 ปีการศึกษา 2548 จำนวน 1,030 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นจากประชากร วิเคราะห์ ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความ

สอดคล้องภายใน ค่าความเชื่อมั่น และหาเกณฑ์ปกติของแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นช่างอัญมณีและเครื่องประดับ แบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์นี้ประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความรู้พื้นฐาน 22 ข้อ ด้านความสนใจ 36 ข้อ และด้านบุคลิกภาพ 37 ข้อ รวม 95 ข้อ ผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นช่างอัญมณีและเครื่อง-ประดับอยู่ในระดับปานกลาง แบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรู้พื้นฐาน มีค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 0.29 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 0.52 มีค่าสหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.11 ถึง 0.47 และค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ .65 มีค่า T- score อยู่ระหว่าง T_{23} ถึง T_{81} และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง 0.34 ถึง 99.90 แบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความสนใจ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 5.08 ถึง 50.85 มีค่าสหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.29 ถึง 0.83 และค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .98 มีค่า T- score อยู่ระหว่าง T_{19} ถึง T_{78} และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง 0.10 ถึง 99.81 และแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านบุคลิกภาพ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 5.68 ถึง 48.93 มีค่าสหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.42- 0.82 และค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .97 มีค่า T- score อยู่ระหว่าง T_{17} ถึง T_{79} และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง 0.05 ถึง 99.81 แสดงว่าแบบวัดที่สร้างขึ้นมีคุณภาพตามกำหนดและสามารถนำไปใช้ได้

รัชนิพร ยันตะบุศย์ (2546: 58-62) สร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2546 ของโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 1800 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบทดสอบมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ วัดคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 9 ด้าน จำนวน 108 ข้อ โดยทำการทดสอบ 3 ครั้งเพื่อหาคุณภาพของแบบทดสอบด้านค่าอำนาจจำแนก ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ความเชื่อมั่น และการสร้างเกณฑ์ปกติ

ผลการวิจัยพบว่าค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบจำนวน 108 ข้อ ซึ่งคำนวณโดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ของคะแนนของแบบทดสอบแต่ละข้อ กับคะแนนรวมแต่ละด้านของแบบทดสอบ มีค่าตั้งแต่ 0.249 ถึง 0.649 ด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่ามียุคคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 2 ด้าน คือ คุณลักษณะภายในตนเองและคุณลักษณะภายนอก ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.400 ถึง 0.766 สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบคำนวณโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละด้านและรวมทุกด้าน มีค่าเท่ากับ .8853, .6806 และ .8327 ตามลำดับ ในส่วนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบเป็นเกณฑ์คะแนนที่ปกติมีค่าอยู่ระหว่าง T_{15} ถึง T_{85}

3.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เหลา, วิกเตอร์ ปัก-ลุง (Lau, Victor Pak-lung. 2002: Abstract) ศึกษาและพัฒนาแบบทดสอบคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างมาตรฐานแบบทดสอบวัดความสำเร็จของอาชีพผู้ประกอบการในฮ่องกง แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรก

เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในธุรกิจ 12 ประเภทที่แตกต่างกัน นำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ แบ่งเป็นด้านวัตถุ จิตใจ และสังคม ในส่วนที่สองเป็นการศึกษานำร่องเพื่อพัฒนาแบบทดสอบวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ และพิสูจน์คุณลักษณะทางจิต ผลแสดงว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจจะมีจิตลักษณะที่ดี ส่วนที่ 3 เป็นการนำแบบทดสอบไปสำรวจในกลุ่มเจ้าของกิจการและลูกจ้างจาก 236 บริษัท เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบวัดซึ่งพัฒนามาจากส่วนที่ 2 และทดสอบความสำเร็จในอาชีพผู้ประกอบการ โดยใช้อัตราส่วนหลายแหล่งที่มา (การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจใช้ในกลุ่มลูกจ้าง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการ) ผลแสดงว่า ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบทดสอบอยู่ในระดับที่ดี จากการศึกษาพบว่า คุณสมบัติซึ่งเป็นทุนทางบุคคล ความสามารถของผู้ประกอบการ และลักษณะบุคลิกภาพ ส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

ยูจีน, โอเรกอน (Eugene, Oregon. 2000: Abstract) ศึกษาต่อจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการและบ่งชี้ว่า มีปัจจัยทางจิตลักษณะ 4 ลักษณะ ที่เป็นคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดี คือ นักมุ่งมั่นความสำเร็จ ผู้จัดการมืออาชีพ นักจัดการความคิด นักขายที่มีความเข้าใจ การศึกษาครั้งนี้นำมาขยายผลโดยการศึกษาต่อในกลุ่มประชากรที่เป็นนักเรียน ผลของการศึกษาพบว่า นักเรียนที่มีบุคลิกลักษณะดังกล่าว 1 ลักษณะ หรือมากกว่า 1 ลักษณะนั้น มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจหลังจากจบการศึกษาแล้ว

คริสเตียน ลูทซ์, นิโคเลาส์ ฟรังเคอ (Christian Luthje, Nikolaus Franke. 2003: Abstract) ศึกษาเพื่อค้นหาสาเหตุของความตั้งใจในการประกอบธุรกิจของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ จากการสำรวจกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักศึกษาวิศวกรรมศาสตร์จำนวน 512 คน พบว่า ลักษณะของบุคลิกภาพเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนต่อทัศนคติในการเป็นเจ้าของกิจการ นอกจากนี้ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการยังเชื่อมโยงอย่างชัดเจนกับความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่ เพราะฉะนั้นบุคลิกภาพจึงส่งผลโดยอ้อมต่อการตัดสินใจในการเป็นเจ้าของกิจการ

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยค้นหาลักษณะของตัวแปรหลายๆ ตัว ที่มีสหสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นการลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง ซึ่งทำให้สามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ช่วยตัดสินใจว่าควรศึกษาตัวแปรใดบ้าง และตัวแปรใดเกี่ยวข้องกับตัวแปรใด ดังที่ ส.วาสนา ประวาลพฤษ์ ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบไว้ว่า

การวิเคราะห์องค์ประกอบยึดหลักที่ว่าตัวแปรหรือข้อมูลต่างๆ มีความสัมพันธ์กันนั้น เนื่องจากตัวแปรต่างๆ เหล่านี้มีองค์ประกอบร่วมกัน (Common Factor) สังเกตได้จากการจับกลุ่มของตัวแปร หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนั้นสามารถใช้องค์ประกอบร่วมแทนตัวแปรกลุ่มนั้นได้ เป็นการลดจำนวนข้อมูลให้น้อยลง การจับกลุ่มของตัวแปรซึ่งเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์

ระหว่างกันของตัวแปรทำให้ทราบถึงโครงสร้างและแบบแผนของข้อมูล ทำให้หาองค์ประกอบรวมของตัวแปรได้ และสามารถหาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรแต่ละตัวได้ ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบนี้ สามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบนั้น อันแสดงถึงขนาด (Magnitude) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ

ดังนั้น การวิเคราะห์องค์ประกอบจึงเป็นวิธีการทางสถิติที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเสนอชุดของตัวแปรหลายๆ ตัว ที่สัมพันธ์กันในรูปของตัวแปรสมมติ (Factor) ที่มีจำนวนน้อยลง

การทำการวิเคราะห์องค์ประกอบมักจะทำใน 2 ลักษณะ

1. ค้นหาว่ามีกี่องค์ประกอบ อะไรบ้าง (Exploratory)
2. ยืนยันหรือทดสอบสมมุติฐานว่ามีองค์ประกอบนั้นๆ ในคุณลักษณะ (Trait) นั้นจริงหรือไม่ (Confirmatory) (สุภาวดี ศรพรหม. 2541: 7-8; อ้างอิงจาก ส.วาสนา ประมวลพฤกษ์. ม.ป.ป. : 8-9)

4.1 จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ

อุทุมพร ทองอุไทย (วุฒิชัย จงคำนิ่งศีล. 2547: 66-67; อ้างอิงจาก อุทุมพร ทองอุไทย.

2523: 15) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ

1. ช่วยบรรยายเกี่ยวปริเขต (Domain) ที่ต้องการศึกษา
2. ช่วยตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา
3. ช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงหน้าที่ (Functional Relations) ระหว่างตัวแปร
4. ช่วยวิเคราะห์บุคคลหรือวัตถุและจัดให้เป็นประเภทต่างๆ
5. วิเคราะห์โครงสร้างเชิงองค์ประกอบ (Factorial Structures) ของตัวแปรที่เป็นเกณฑ์ และช่วยบ่งชี้ตัวแปรที่จะเป็นประโยชน์ในสมการถดถอยได้
6. เป็นการพิสูจน์ข้อค้นพบของตนเองกับของผู้อื่น โดยใช้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างใหม่จากประชากรกลุ่มเดียวกัน
7. ลดข้อมูลให้น้อยลงเพื่อให้ได้ลักษณะร่วมที่ซ่อนอยู่
8. ใช้ในการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของแบบประเมิน
9. ช่วยในการสร้างแบบวัดลักษณะต่างๆ

4.2 ขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ส.วาสนา ประมวลพฤกษ์ (สุภาณี อินทรอักษร. 2542: 5-7; อ้างอิงจาก ส.วาสนา ประมวลพฤกษ์. ม.ป.ป. : 9) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบไว้ดังนี้

1. การเตรียมข้อมูล
2. การสร้างเมตริกสหสัมพันธ์หรือเมตริกความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม
3. การสกัดตัวประกอบ
4. การหมุนแกน

5. การสร้างมาตราองค์ประกอบ (Factor Scale)

การวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีวิธีดำเนินการ 4 ขั้นตอนคือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น จะต้องมึลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่องหลายๆ ตัวแปร ที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างหนึ่ง เสนอข้อมูลในลักษณะของเมตริก เรียกว่า 'เมตริกของข้อมูล' (Data Matrix)

2. การสกัดตัวประกอบ (Extracting initial Factors) มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาจำนวนองค์ประกอบที่จำเป็นที่จะใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ วิธีการสกัดองค์ประกอบมีหลายวิธี เช่น

- 1) Principal Component Analysis (PC)
- 2) Least Square Analysis (LS)
- 3) Maximum Likelihood
- 4) Alpha Factoring
- 5) Image

ส่วนคอมพิวเตอร์มักจะใช้วิธีที่ 1 หรือ 2 คือ ในขั้นนี้ ผู้วิเคราะห์ยังไม่ต้องพะวงเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ได้ว่าจะเป็น Orthogonal หรือ Oblique ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งแรกนี้แต่ละองค์ประกอบจะไม่สัมพันธ์กัน นอกจากนั้นยังไม่ต้องสนใจเกี่ยวกับการตีความหมายหรือการแปลความหมายขององค์ประกอบที่วิเคราะห์ออกมาได้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ องค์ประกอบจำนวนน้อยกว่าที่จะได้มาจากตัวแปรจำนวนมากที่นำมาวิเคราะห์ ในการกำหนดองค์ประกอบรวมนั้น ทฤษฎี Rank ของเมตริกสหสัมพันธ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted Correlation Matrix) จะเท่ากับค่าของจำนวนองค์ประกอบรวม แต่ในทางปฏิบัติจริงจะทำเช่นนั้นไม่ได้ เพราะข้อมูลจากการสังเกตมีความคลาดเคลื่อน และค่า Communalities ที่อยู่ที่เส้นทะแยงมุมของเมตริกสหสัมพันธ์ที่ปรับแล้วนั้นเป็นค่าโดยประมาณ ไม่ใช่ค่าที่แท้จริง

3. การหมุนแกน (Rotation) วิธีการหมุนแกนมีจุดมุ่งหมายเพื่อหาวิธีที่ง่ายในการอธิบายองค์ประกอบ โดยคงจำนวนองค์ประกอบและ Communalities ไว้คงเดิม ในการศึกษาเพื่อหาจำนวนองค์ประกอบรวมนั้นจะหมุนแกนโดยวิธีใดก็ได้ และไม่ต้องคำนึงถึงว่าองค์ประกอบจะมีสหสัมพันธ์หรือไม่ หนังสือบางเล่มจะบอกว่าควรใช้ Orthogonal มากกว่า Oblique นั้นเพราะว่า Orthogonal เข้าใจง่ายและแปลผลได้ง่ายกว่า

วิธีหมุนแกนมี 2 วิธีคือ

3.1 Orthogonal องค์ประกอบรวมต่างๆ ไม่สัมพันธ์กัน มี 3 วิธีคือ

- 3.1.1 Quartimax หมุนแกนโดยเน้นการเปลี่ยนแถวให้ง่ายขึ้น
- 3.1.2 Varimax หมุนแกนโดยเน้นการเปลี่ยนคอลัมน์ให้ง่ายขึ้น คือ ให้เกิดความแปรผันของคอลัมน์ใน Factor Pattern Matrix
- 3.1.3 Equimax ใช้วิธีประนีประนอมระหว่าง Quartimax กับ Varimax

3.2 Oblique มี 2 วิธีหลัก คือ

- 3.2.1 Oblimin หมุนแกนโดยยึด reference axes

- Quartimin $r = 0$ most oblique
- Biquartimin $r = .5$ least oblique
- Covarimin $r = 1$ least oblique

3.2.2 Oblimax หมุนแกนโดยไม่ใช้ reference axes แต่ใช้ Pattern matrix หมุนแกนเช่นเดียวกับ Quartimax Orthogonal

4. การสร้างมาตราองค์ประกอบ (Factor Scale) จุดประสงค์ในการสร้างมาตราองค์ประกอบ โดยทั่วไปเพื่อนำองค์ประกอบรวมบางองค์ประกอบไปใช้ในการค้นคว้าต่อไป วิธีการสร้างมาตราองค์ประกอบอาจทำได้หลายวิธี (สุภาณี อินทรอักษร. 2542: 6-7) เช่น

1. การใช้การถดถอย (Regression)
2. การใช้เกณท์ (Least Squares)
3. วิธีของบาร์ทเลส (Bartless)
4. ใช้หลักของออร์โธกอนอล (Orthogonality Constraint)
5. ใช้ผลรวมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าสูงในตัวแปรสังเกตต่างๆ
6. สร้างส่วนประกอบสำคัญ (Principal component Scale)

4.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ

อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน (จักรกฤษ ทาแปง. 2546: 35; อ้างอิงจาก อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. 2524: 269-270) กล่าวว่า ในการวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวอย่างบางประเภทขึ้นอยู่กับผู้วิจัยว่า จะตัดสินใจเลือกตัวแปรอะไรนั้น มีผลต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีผลต่อการคำนวณสหสัมพันธ์ เมื่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างสูงขึ้น ความเชื่อมั่นของสหสัมพันธ์ก็สูงขึ้นด้วย กลุ่มตัวอย่างขนาด 50 ให้ความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง 1,000 ก็ให้ค่าเกินพอที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ความคลาดเคลื่อนของสหสัมพันธ์มีความเชื่อมั่นน้อย ถ้าเพิ่มขนาดของสหสัมพันธ์ในเมตริกนี้ ก็เป็นผลให้ค่าความร่วมกันสูงขึ้น และความแปรปรวนองค์ประกอบรวมมีค่ามากขึ้นด้วย ความแปรปรวนที่เพิ่มเข้าไปจะทำให้การวิเคราะห์เปลี่ยนรูป ดังนั้นผู้วิจัยควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่เท่าที่จะเป็นไปได้ คือมากกว่า 500 ขึ้นไปจึงจะดี เพราะฉะนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 500 คน

4.4 ประเภทของการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบมี 2 ประเภทแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์ ได้แก่ (วุฒิชัย จงคำนึ่งศีล. 2547: 6-8; อ้างอิงจาก อรพินทร์ ชูชม. 2547: 1-10 และสุภามาส อังศุโชติ. 2547: 1-22)

3.3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis หรือ EFA)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อระบุจำนวนองค์ประกอบและกำหนดว่าองค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ เมื่อได้กลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันแล้วจึงตั้งชื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มของตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน

3.3.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) เพื่อให้ตรวจสอบหรือยืนยันองค์ประกอบที่กำหนดไว้แล้วตามทฤษฎี เป็นการทดสอบทฤษฎี คือมีการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนว่าคุณลักษณะที่ผู้วิจัยต้องการศึกษามีองค์ประกอบอะไรบ้าง องค์ประกอบนั้นๆ วัดได้ด้วยตัวแปรสังเกตอะไรบ้าง จากนั้นกำหนดเป็นโมเดลองค์ประกอบ แล้วเก็บข้อมูลตัวแปรสังเกตต่างๆ ที่กำหนด สุดท้ายจึงวิเคราะห์ว่าโมเดลที่กำหนดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

จากข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นเครื่องมือทางสถิติที่จะช่วยนำตัวแปรที่มีจำนวนหลายตัว ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมาจัดกลุ่ม เป็นการลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง และสามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบ

มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบที่น่าสนใจศึกษาจำนวนมาก อาทิ งานของสุภาวดี ศรพรหม (2541: 102-109) ซึ่งได้วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนกรประจำธนาคาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นพนักงานธนกรของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ทั่วประเทศ จำนวน 934 คน เลือกมาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบวัดคุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดี สร้างขึ้นตามวิธีการประมาณค่า (Rating Scale) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบใช้การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีเทคนิคแกนสำคัญ และหมุนแกนแบบออโรทอนอล โดยวิธีแวนแม็กซ์ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดคุณลักษณะโดยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนกรประจำธนาคารโดยรวม และพนักงานที่จบสายการศึกษารัฐกิจ มีจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ ความมั่นคงทางอารมณ์ จิตสำนึกในการบริการ มนุษยสัมพันธ์ ความรับผิดชอบ และคุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนกรที่ไม่ได้จบสายการศึกษารัฐกิจ มีจำนวน 5 องค์ประกอบ คือ ความมั่นคงทางอารมณ์ จิตสำนึกในการบริการ มนุษยสัมพันธ์ ความรับผิดชอบ ความเอาใจใส่

กันติศ ชลสินธุ์ (2545: 74-82) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะความเป็นครูของครูกลุ่มกรุงธนใต้ สังกัดกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นครูจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นครูกลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 512 คน เลือกมาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามคุณลักษณะความเป็นครูจำนวน 80 ข้อ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์องค์ประกอบใช้การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบสำคัญ (Principle Component Analysis) และทำการวิเคราะห์หมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) โดยวิธีแวนแม็กซ์ (Verimax Method) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะความเป็นครูของครูกลุ่มกรุงธนใต้ มี

จำนวน 7 องค์ประกอบคือ ความเมตตากรุณา คุณธรรมและจริยธรรม ความมั่นคงทางอารมณ์ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ ความรับผิดชอบ และมนุษยสัมพันธ์ และคุณลักษณะความเป็นครู ทั้ง 7 องค์ประกอบของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จักรกฤษ ทาแปง (2546: 61-65) วิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพตามแนวทางทฤษฎีของ ไอแซกส์ จำแนกตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2545 สังกัดกรมสามัญศึกษา จ.แพร่ จำนวน 1,347 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น และเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามวัดบุคลิกภาพตามแนวทางทฤษฎีของไอแซกส์ที่วัดคุณลักษณะด้านการแสดงตัว ด้านอารมณ์แปรปรวน และด้านพฤติกรรมทางจิต ผลการศึกษาพบว่า แบบสอบถามวัดบุคลิกภาพที่ใช้กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ขนาด 500 คน 750 คน 1,000 คน และ 1,250 คน เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน มีจำนวนองค์ประกอบ และดัชนีความกลมกลืน มีค่าสอดคล้องกันด้วย ส่วนกลุ่มตัวอย่างขนาด 250 คน จะมีจำนวนองค์ประกอบ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ และดัชนีความกลมกลืนสอดคล้องกัน ยกเว้นจำนวนข้อในองค์ประกอบด้านอารมณ์แปรปรวนไม่สอดคล้องกับการวิเคราะห์กับขนาดกลุ่มตัวอย่างอื่น ส่วนองค์ประกอบด้านการแสดงตัวและด้านพฤติกรรมทางจิตนั้น มีจำนวนข้อสอดคล้องกันกับขนาดกลุ่มตัวอย่างอื่น

โดยสรุปแล้ว งานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบส่วนใหญ่มุ่งศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะต่างๆ เพื่อให้ได้ทราบองค์ประกอบของสิ่งที่ต้องการศึกษาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่ มักนิยมใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบหลัก และหมุนแกนด้วยโดยวิธีแวนแมกซ์ สำหรับงานวิจัยนี้ นอกจากใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะที่ชัดเจนของผู้ประกอบการ ธุรกิจแล้วยังมุ่งเน้นตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบที่สร้างขึ้นด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร (จากข้อมูลของสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครที่ลงทะเบียนไว้มีทั้งสิ้น 42,880 ราย)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ประกอบการที่มาร่วมงานอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ และจากผู้ประกอบการที่สามารถเข้าถึงได้ โดยได้รับการแนะนำต่อๆ มาจำนวน 500 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากขนาดของประชากร โดยใช้ตารางยามาเน (Yamane) ที่ประชากร 50,000 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2549: 64) แต่เนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จะต้องใช้จำนวนตั้งแต่ 500 ขึ้นไป จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 500 คน

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของแบบทดสอบหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเก็บข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันใน กรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ประกอบการที่มาร่วมงาน นอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดย หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ ที่มีความสนใจ ให้ความร่วมมือในการทำแบบทดสอบ จำนวน 149 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นผู้ทำงานประจำ ไม่เคยประกอบการธุรกิจของตนเอง และไม่มีแนวโน้มจะประกอบการธุรกิจ ใช้การสุ่มอย่าง ง่าย (Simple Random sampling) กับลูกจ้างในสถานที่ทำงานตามลักษณะอาชีพต่างๆ จำนวน 149 คน ดังนี้

2.2.1 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ

2.2.2 พนักงานบริษัทเอกชน

2.2.3 ลูกจ้างโครงการของรัฐ / เอกชน

2.2.4 เจ้าหน้าที่องค์กรด้านศาสนา

2.2.5 เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

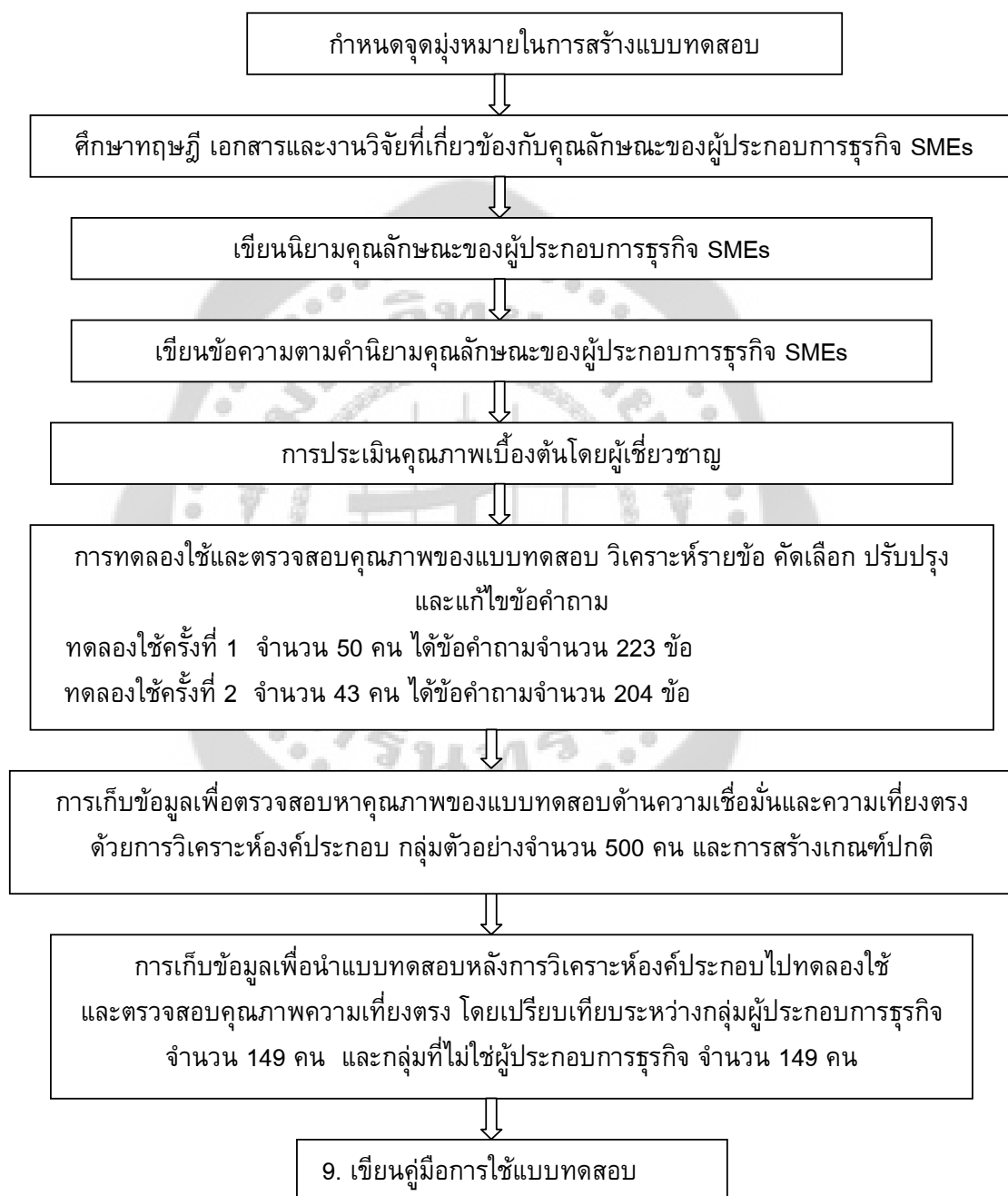
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อการสร้างแบบทดสอบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม มี 1 ชนิด คือ แบบทดสอบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 267 ข้อ แบบทดสอบมีลักษณะเป็นข้อความให้ตอบว่า ใช่ หรือ ไม่ใช่ ซึ่งครอบคลุม 47 คุณลักษณะ คือ

- | | |
|--|--------|
| 1. ความสามารถในการเจรจาต่อรอง | 6 ข้อ |
| 2. ความสามารถในการสื่อสาร | 9 ข้อ |
| 3. ความสามารถในการบริหารจัดการ | 8 ข้อ |
| 4. มนุษยสัมพันธ์ | 8 ข้อ |
| 5. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น | 5 ข้อ |
| 6. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ | 6 ข้อ |
| 7. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม | 8 ข้อ |
| 8. ความสามารถในการเป็นผู้นำ | 13 ข้อ |
| 9. ความสามารถในการวิเคราะห์ | 9 ข้อ |
| 10. ความสามารถในการขาย | 6 ข้อ |
| 11. ความท้าทาย | 7 ข้อ |
| 12. ความกล้าตัดสินใจ | 3 ข้อ |
| 13. ความมั่นใจ | 3 ข้อ |

14. ความกล้าเสี่ยง	13 ข้อ
15. การชอบทำในสิ่งแปลกใหม่	6 ข้อ
16. ความทะเยอทะยาน	5 ข้อ
17. การตัดสินใจที่ถูกต้อง	5 ข้อ
18. ความมีคุณธรรม จริยธรรม	4 ข้อ
19. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	5 ข้อ
20. ความจริงใจ	3 ข้อ
21. ความซื่อสัตย์ต่อพนักงานและทีมงาน	5 ข้อ
22. ความมีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม	6 ข้อ
23. มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ	6 ข้อ
24. มีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ	5 ข้อ
25. ความถนัดทางธุรกิจที่ทำ	6 ข้อ
26. ความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติ	3 ข้อ
27. ใช้ความรู้ที่เรียนมา	2 ข้อ
28. ความตั้งใจ	5 ข้อ
29. ทำงานหนักติดต่อกัน	13 ข้อ
30. มีความพยายามต่อสู้ไม่ถอย	3 ข้อ
31. บริการลูกค้าดี	5 ข้อ
32. เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ	5 ข้อ
33. มีใจรักในธุรกิจ	4 ข้อ
34. มีวินัยในตนเอง	13 ข้อ
35. รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น	5 ข้อ
36. ต้องการความอิสระ	5 ข้อ
37. มีความรับผิดชอบ	6 ข้อ
38. อดทนต่อความกดดัน	4 ข้อ
39. สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	7 ข้อ
40. ช่างคิดช่างสังเกต	5 ข้อ
41. มองหาโอกาสที่ดี	2 ข้อ
42. เรียนรู้และพัฒนาสินค้า/บริการ	4 ข้อ
43. ประหยัด	3 ข้อ
44. มีสุขภาพดี	5 ข้อ
45. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง	5 ข้อ
46. มีความเชื่อเรื่องโชค	3 ข้อ
47. มีแรงจูงใจและได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว	5 ข้อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้วางแผนและมีขั้นตอนในการสร้างในภาพประกอบ 2 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 วิธีดำเนินการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs

ในการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามภาพประกอบข้างต้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบทดสอบ

1.1 เพื่อสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 เพื่อหาคุณภาพของแบบทดสอบที่สร้างขึ้น โดยแสดงหลักฐานค่าอำนาจจำแนกค่าความเชื่อมั่นและค่าความเที่ยงตรงของแบบทดสอบ

1.3 เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติ (Norm)

2. ศึกษา नियม ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในและต่างประเทศ

3. เขียนนิยามศัพท์คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4. สร้างข้อความในแบบทดสอบให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะตามคุณลักษณะผู้ประกอบการ 47 ด้าน จากงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.1 ลักษณะแบบทดสอบที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยเป็นข้อความให้เลือกตอบว่าใช่หรือไม่ใช่ จำนวน 267 ข้อ

4.2 นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปริกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้อง คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุริรักษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พาสนา จุลรัตน์ และอาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยาการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ เพื่อพิจารณาว่าข้อความในเครื่องมือสามารถวัดได้ตรงตามนิยามที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมทั้งตรวจสอบการใช้ภาษาที่เหมาะสม และข้อเสนอแนะต่างๆ แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

5. ทดสอบครั้งที่ 1 นำแบบทดสอบที่คัดเลือกแล้วไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพฯ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบด้านค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ จากนั้นปรับปรุงข้อคำถาม แก้ไข และคัดเลือกเหลือ 223 ข้อ

6. ทดสอบครั้งที่ 2 นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงจากการทดสอบครั้งที่ 1 ไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพฯ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 43 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบด้านค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ จากนั้นปรับปรุงข้อคำถาม แก้ไข และคัดเลือกเหลือ 204 ข้อ

7. ทดสอบครั้งที่ 3 นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงจากการทดสอบครั้งที่ 2 ไปทดสอบกับผู้ประกอบการจำนวน 500 คน แล้วนำมาหาคุณภาพดังนี้

7.1 หาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

7.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ

7.3 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

8. สร้างเกณฑ์ปกติ โดยนำคะแนนจากการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในครั้งที่ 3 ไปคำนวณหาค่าอันดับเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile Rank) และเทียบคะแนนหาค่าที่ปกติ (Normalized T-score) แล้วนำมาสร้างเกณฑ์ปกติ (Norm) ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นรายด้านและรวมทั้งฉบับ

9. ทดสอบครั้งที่ 4 นำแบบทดสอบที่ได้หลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 149 คน และกลุ่มที่ทำงานประจำ ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการจำนวน 149 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของแบบทดสอบ

10. เขียนคู่มือการใช้แบบทดสอบ

ตัวอย่างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบทดสอบนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลต่างๆ ที่ท่านได้ตอบในแบบทดสอบชุดนี้จะถือเป็นความลับ และจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการดำเนินธุรกิจของท่านทั้งสิ้น จึงขอให้ท่านตอบคำถามให้ครบทุกข้อและเลือกตอบให้ตรงตามลักษณะที่เป็นจริงของท่านให้มากที่สุด เพื่อจะสามารถนำแบบทดสอบนี้ไปวิเคราะห์ได้ต่อไป ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้ช่วยสละเวลาในการทำแบบทดสอบ

2. แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ประเภทธุรกิจ

ตอนที่ 2 แบบทดสอบวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ ☐ น้อยกว่า 25 ปี ☐ 25 ปี – น้อยกว่า 35 ปี
☐ 35 ปี – น้อยกว่า 45 ปี ☐ 45 ปี – น้อยกว่า 55 ปี
☐ 55 ปี – น้อยกว่า 65 ปี ☐ 65 ปี ขึ้นไป

3. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) ☐ ปวช.- ปวส.
☐ปริญญาตรี ☐ปริญญาโทขึ้นไป
☐ อื่นๆ.....

4. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1 ปี – น้อยกว่า 5 ปี
☐ 5 ปี – น้อยกว่า 10 ปี ☐ 10 ปีขึ้นไป

5. ประเภทธุรกิจ ☐ ธุรกิจการผลิต (มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน)
☐ ธุรกิจบริการ (มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน)
☐ ธุรกิจการค้าส่ง (มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คน)
☐ ธุรกิจการค้าปลีก (มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 20 คน)

ตอนที่ 2 แบบทดสอบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำชี้แจง ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

ข้อที่	คุณลักษณะ	ใช่	ไม่ใช่
	คุณลักษณะที่ 1 ความสามารถในการเจรจาต่อรอง		
0	เมื่อซื้อของข้าพเจ้ามักจะขอต่อรองสินค้าจนได้ราคาที่ข้าพเจ้าต้องการ		
00	เมื่อมีข้อขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน ข้าพเจ้าพยายามหาเหตุผลมาอธิบายจนเพื่อนเข้าใจ		
	คุณลักษณะที่ 2 ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร		
0	ข้าพเจ้าสามารถเข้าใจในเรื่องที่ผู้อื่นพูดได้โดยง่าย		
00	ข้าพเจ้าสามารถพูดคุยกับคนที่เพิ่งรู้จักได้เป็นอย่างดี		
	คุณลักษณะข้อที่ 3 ความสามารถในการบริหารจัดการ		
0	เมื่อข้าพเจ้าต้องเผชิญสถานการณ์คับขัน ข้าพเจ้าสามารถจัดการได้อย่างรวดเร็ว		
00	ข้าพเจ้ามีความสามารถในการจัดระบบการทำงานให้ผู้อื่นได้ดี		
	คุณลักษณะข้อที่ 4 มนุษยสัมพันธ์		
0	ข้าพเจ้าหาเพื่อนได้ง่าย		
00	ข้าพเจ้าเป็นคนที่สามารถวางตัวได้อย่างเหมาะสมกับผู้ร่วมสนทนาทุกระดับ		

การตรวจให้คะแนน

ข้อที่มีข้อความทางบวก ข้อที่ตอบว่า 'ใช่' ให้ 1 คะแนน ตอบว่า 'ไม่ใช่' ให้ 0 คะแนน ส่วนข้อความทางลบ ถ้าตอบว่า 'ไม่ใช่' ให้ 0 คะแนน ถ้าตอบว่า 'ใช่' ให้ 1 คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับส่วนงานต่างๆ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) และสมาคมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รวมทั้งองค์กร/หน่วยงานต่างๆ ที่จัดงานอบรมสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยขออนุญาตเข้าไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในงานอบรม/สัมมนาต่างๆ ที่องค์กรต่างๆ จัดขึ้น และเป็นงานที่มีผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วม โดยผู้วิจัยหาข้อมูลจากทางเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง และประสานงานขออนุญาตเป็นระยะ

1.2 ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แล้วนำไปขอความอนุเคราะห์จากผู้รับผิดชอบจัดงานของหน่วยงานต่างๆ เพื่อขออนุญาตนำแบบทดสอบเข้าไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในงานที่หน่วยงานนั้นๆ จัดขึ้น

1.3 เมื่อได้รับอนุญาต ผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในช่วงพักและในช่วงหลังการสัมมนา รวมทั้งเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการบางส่วนที่เดินทางออกจากห้องประชุมก่อนเวลาเลิกงาน และเนื่องจากบางท่านไม่สะดวกที่จะทำในขณะนั้น ผู้วิจัยจึงจำหน่ายซองติดแสตมป์ถึงตัวเอง ให้ผู้ประกอบการนำแบบทดสอบกลับไปทำและส่งกลับมาทางไปรษณีย์ โดยขอเบอร์โทรศัพท์ติดต่อกลับเพื่อประสานติดตาม

1.4 ผู้วิจัยยังได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ คือ ประตูน้ำ ดิโกบายก ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดนัดติดแอร์เจมอลล์ โดยติดต่อผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการที่รู้จักให้ช่วยประสานงานกับผู้ประกอบการท่านอื่นๆ ให้

1.5 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ติดต่อเพื่อขอเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการแต่ละท่านโดยตรง ทั้งที่เป็นญาติ เพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง คนรู้จัก ตลอดจนคนที่ได้รับการแนะนำต่อๆ มา โดยนัดพบหรือส่งให้ทำโดยส่งกลับมาทางไปรษณีย์

1.6 ในการดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตัวเองทุกครั้ง รวมทั้งมีเพื่อนและคนรู้จักซึ่งเป็นผู้ประกอบการเป็นผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลด้วย ผู้วิจัยเตรียมแบบทดสอบให้เพียงพอ กับจำนวนผู้ประกอบการ และแนะนำตัว พร้อมทั้งอธิบายเป้าหมายในการทำแบบทดสอบ และรายละเอียดของแบบทดสอบกับผู้ประกอบการทุกท่านก่อนเก็บข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจทำแบบทดสอบด้วยความพร้อมและความสมัครใจ

1.7 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบทดสอบและนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

2.การเก็บข้อมูลกับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการเก็บข้อมูลกับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

2.1 ผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 149 คน ประกอบไปด้วย ข้าราชการ พนักงานของรัฐ พนักงานบริษัท เอกชน ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ ลูกจ้างบริษัทเอกชนต่างๆ โดยใช้วิธีการติดต่อไปยังคนที่รู้จัก ในหน่วยงานเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในสถานที่ทำงานต่างๆ คัดเลือกเฉพาะผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ ไม่เคยเป็นผู้ประกอบการ และไม่คิดจะเป็นผู้ประกอบการ

2.2 นำแบบทดสอบที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบทดสอบก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามลำดับดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบ โดยแสดงหลักฐานความเที่ยงตรง (Validity) ค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้ง 47 คุณลักษณะก่อนวิเคราะห์องค์ประกอบ และ 10 คุณลักษณะหลังวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่าอำนาจจำแนก ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมแต่ละด้าน (Collected Item-Total Correlation) และค่าความเชื่อมั่น ใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในทั้งรายด้านและทั้งฉบับ

3. การวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบ โดยการแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบทดสอบ ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กัน ให้เหลือจำนวนตัวแปรน้อยลง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และหมุนแกนแบบแวนแมกซ์ Verimax

4. การแสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) ทั้งโดยรวมและรายด้านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้ง 47 คุณลักษณะก่อนวิเคราะห์องค์ประกอบ และ 10 คุณลักษณะหลังวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยหาคะแนนที่ปกติ จากการหาตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์

5. การแสดงผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างคนที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กับ คนที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และหมุนแกนแบบแวร์แมกซ์ (Verimax)

2.2 การหาค่าอำนาจจำแนก ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อ กับคะแนนรวมในแต่ละด้าน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อคัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

2.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ ใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในทั้งรายด้านและทั้งฉบับ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่มีให้เลือก 2 ตัวเลือก

2.5 การเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจระหว่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ สถิติ MANOVA ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเมื่อมีตัวแปรตามหลายตัว

3. การหาเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบ (Norms) โดยใช้คะแนนที่ปกติ (Normalized T-Score) โดยการหาดำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile Rank) แล้วหาดำแหน่งคะแนนมาตรฐานจากตารางการแจกแจงปกติ แปลเป็นที (T)

บทที่4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ แทนความหมายต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	จำนวนข้อความของแบบทดสอบ
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ
T	แทน	คะแนน T ปกติ (Normalized T-Score)
M	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นดังนี้

- ตอนที่ 1 การแสดงข้อมูลทางสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน
- ตอนที่ 2 การแสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งโดยรวมและรายด้านทั้ง 47 ด้าน
ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ตอนที่ 3 การแสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) โดยรวม (47 ด้าน) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ตอนที่ 4 การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจจาก 47 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จรวมเหลือ 10 คุณลักษณะ
- ตอนที่ 5 การแสดงค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ
ภายหลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ
- ตอนที่ 6 การแสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) ทั้งโดยรวมและรายด้าน (10 ด้าน) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ตอนที่ 7 การแสดงผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ รวมทั้งแสดงค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. แสดงข้อมูลทางสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง 500 คน

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละของเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และประเภทธุรกิจ รายละเอียดดังในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทางสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน

ข้อมูลพื้นฐาน	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	219	43.8
หญิง	281	56.2
อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	61	12.2
25 ปี - น้อยกว่า 35 ปี	117	23.4
35 ปี - น้อยกว่า 45 ปี	121	24.2
45 ปี - น้อยกว่า 55 ปี	146	29.2
55 ปี - น้อยกว่า 65 ปี	52	10.4
65 ปีขึ้นไป	3	0.6
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา (ป.1 - ป.6)	29	5.8
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1- ม.6)	33	6.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4 - ม.6)	43	8.6
ปวช.- ปวส.	90	18.0
ปริญญาตรี	253	50.6
ปริญญาโทขึ้นไป	52	10.4
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	59	11.8
1 ปี - น้อยกว่า 5 ปี	139	27.8
5 ปี - น้อยกว่า 10 ปี	142	28.4
10 ปีขึ้นไป	160	32
ประเภทของธุรกิจ		
ธุรกิจการผลิต	67	13.4
ธุรกิจบริการ	116	23.2
ธุรกิจการค้าส่ง	66	13.2
ธุรกิจการค้าปลีก	119	23.8
ธุรกิจอื่นๆ (หลายประเภท)	132	26.4

จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 500 คน มีลักษณะด้านปัจจัยส่วนบุคคลดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ส่วนเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

อายุ กลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุดมีอายุระหว่าง 45 ปี - น้อยกว่า 55 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาอีก 2 กลุ่มอายุที่ไล่เลี่ยกัน คือ อายุระหว่าง 35 ปี - น้อยกว่า 45 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และอายุระหว่าง 25 ปี - น้อยกว่า 35 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และในกลุ่มอายุ 55 ปี - น้อยกว่า 65 ปี มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 กลุ่มอายุที่มีน้อยที่สุด คือ อายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 โดยสรุปแล้วช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ซึ่งนำมาใช้ในการสร้างแบบทดสอบนี้ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน คือ อายุระหว่าง 25 - 55 ปี รวมจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาการศึกษาปวช.-ปวส. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาเป็นอันดับสาม การศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ส่วนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มี 43 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 และน้อยที่สุดคือระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยสรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาค่อนข้างสูง คือตั้งแต่ ม.6 หรือ ปวช. ขึ้นไป ไปจนถึงสูงกว่าปริญญาโท รวมจำนวน 438 คน คิดเป็นร้อยละ 87.6 นับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายของแบบทดสอบที่จะต้องนำไปใช้ในอนาคต และสอดคล้องกับลักษณะของแบบทดสอบที่มีข้อคำถามจำนวนมาก เหมาะสำหรับคนที่มีการศึกษาในระดับหนึ่งสามารถอ่านข้อความได้เข้าใจ

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปมีจำนวนสูงที่สุด คือจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือประกอบธุรกิจ 5 ปี - น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 และ 1 ปี - น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่ง คือ 302 คน (ร้อยละ 60.4) เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจมาเกินกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ถือว่าตั้งหลักทางธุรกิจได้ระดับหนึ่ง และมีแนวโน้มที่จะดำรงอยู่ ตลอดจนถึงเติบโตต่อไปได้ จึงนับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ค่อนข้างสูง

ประเภทของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำธุรกิจมากกว่า 1 ประเภท มีจำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจบริการและธุรกิจค้าปลีก ซึ่งมีจำนวนเท่าๆ กัน คือ 119 คน และ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และร้อยละ 23.2 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่

เป็นธุรกิจการผลิตมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 โดยมีจำนวนเท่าๆ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจค้าส่ง คือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 โดยสรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบแบบสอบถามกระจายอยู่ในทุกประเภทธุรกิจ

2. แสดงหลักฐานความเที่ยงตรง (Validity) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ

การแสดงผลหลักฐานความเที่ยงตรง ใช้การวิเคราะห์หองศ์ประกอบเชิงสำรวจสำหรับข้อมูลในข้อคำถามระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scale) เป็นรายด้านทั้ง 47 ด้าน ค่าความเชื่อมั่น ใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในทั้งรายด้านและทั้งฉบับ รายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 47 ด้าน ($n=500$) ($K=204$)

คุณลักษณะ	ค่าความเชื่อมั่น
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\alpha = .9561$
1. ความสามารถในการเจรจาต่อรอง	$\alpha = .2581$
2. ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	$\alpha = .6583$
3. ความสามารถในการบริหารจัดการ	$\alpha = .5828$
4. มนุษยสัมพันธ์	$\alpha = .6064$
5. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น	$\alpha = .7244$
6. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ	$\alpha = .7119$
7. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	$\alpha = .6962$
8. ความสามารถในการเป็นผู้นำ	$\alpha = .6213$
9. ความสามารถในการวิเคราะห์	$\alpha = .6437$
10. ความสามารถในการขาย	$\alpha = .5321$
11. ความท้าทาย	$\alpha = .2961$
12. กล้าตัดสินใจ	$\alpha = .2007$
13. ความมั่นใจ	$\alpha = .6377$
14. กล้าเสี่ยง	$\alpha = .7449$
15. ชอบทำสิ่งแปลกใหม่	$\alpha = .7812$

ตาราง3 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าความเชื่อมั่น
16. ความทะเยอทะยาน	$\alpha = .5703$
17. การตัดสินใจที่ถูกต้อง	$\alpha = .5125$
18. ความมีคุณธรรม จริยธรรม	$\alpha = .3391$
19. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	$\alpha = .5943$
20. ความจริงใจ	$\alpha = .4423$
21. ความซื่อสัตย์ต่อพนักงานและทีมงาน	$\alpha = .6165$
22. ความมีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้สังคม	$\alpha = .6743$
23. มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ	$\alpha = .6909$
24. การมีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ	$\alpha = .6662$
25. ความถนัดทางธุรกิจที่ทำ	$\alpha = .6528$
26. ความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติ	$\alpha = .7341$
27. ใช้ความรู้ที่เรียนมา	$\alpha = .3577$
28. ความตั้งใจ	$\alpha = .4162$
29. ทำงานหนักติดต่อกัน	$\alpha = .6346$
30. มีความพยายามต่อสู้ไม่ถอย	$\alpha = .5408$
31. บริการลูกค้าดี	$\alpha = .6691$
32. เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ	$\alpha = .6021$
33. มีใจรักในธุรกิจ	$\alpha = .2932$
34. มีวินัยในตนเอง	$\alpha = .5046$
35. รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น	$\alpha = .4877$
36. ต้องการความอิสระ	$\alpha = .2956$
37. มีความรับผิดชอบ	$\alpha = .6011$
38. อดทนต่อความกดดัน	$\alpha = .4639$
39. สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	$\alpha = .5243$
40. ช่างคิดช่างสังเกต	$\alpha = .4912$
41. มองหาโอกาสที่ดี	$\alpha = .2785$
42. เรียนรู้และพัฒนาสินค้า/บริการ	$\alpha = .6878$
43. ประหยัด	$\alpha = .5650$

ตาราง 3 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าความเชื่อมั่น
44. มีสุขภาพดี	$\alpha = .6974$
45. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง	$\alpha = .7504$
46. มีความเชื่อเรื่องโชคกลาง	$\alpha = .6889$
47. มีแรงจูงใจและได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว	$\alpha = .5122$

จากตาราง 3 ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .9561 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .2007 - .7812 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ คือ .20 ขึ้นไป โดยคุณลักษณะชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .7812 และคุณลักษณะกล้าตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นต่ำที่สุด คือ .2007

3. แสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) ทั้งโดยรวมและรายด้านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เกณฑ์ปกติ (Norm) นำเสนอทั้งโดยรวมและรายด้านทั้ง 47 ด้าน โดยทำการรายงานค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์แรงค์ และคะแนน T ปกติ รายละเอียดในตาราง 4 – 5

ตาราง 4 เกณฑ์ปกติโดยรวมของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
41	0	4	131	14.62	39	166	62.24	54
60	0.01	12	132	15.53	40	167	63.71	54
69	0.03	15	133	16.48	40	168	65.16	54
78	0.09	19	134	17.46	41	169	66.59	55
80	0.12	20	135	18.49	41	170	68	55
81	0.13	20	136	19.54	41	171	69.38	55
88	0.32	23	137	20.64	42	172	70.73	56
91	0.45	24	138	21.77	42	173	72.06	56
93	0.56	25	139	22.93	43	174	73.36	56
94	0.63	25	140	24.13	43	175	74.62	57
96	0.78	26	141	25.36	43	176	75.85	57
97	0.87	26	142	26.63	44	177	77.05	57
99	1.07	27	143	27.92	44	178	78.22	58
102	1.45	28	144	29.25	45	179	79.35	58
104	1.76	29	145	30.6	45	180	80.44	59
106	2.13	30	146	31.98	45	181	81.5	59

ตาราง 4 (ต่อ)

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
108	2.56	31	147	33.39	46	182	82.52	59
110	3.06	31	148	34.82	46	183	83.51	60
111	3.34	32	149	36.27	46	184	84.46	60
114	4.31	33	150	37.75	47	185	85.37	61
115	4.68	33	151	39.24	47	186	86.25	61
116	5.07	34	152	40.74	48	187	87.09	61
117	5.49	34	153	42.26	48	188	87.89	62
119	6.41	35	154	43.79	48	189	88.66	62
120	6.92	35	155	45.33	49	190	89.39	62
121	7.45	36	156	46.88	49	191	90.09	63
122	8.02	36	157	48.44	50	192	90.75	63
123	8.61	36	158	49.99	50	193	91.38	64
124	9.24	37	159	51.55	50	194	91.98	64
125	9.91	37	160	53.1	51	195	92.54	64
126	10.6	38	161	54.65	51	196	93.08	65
127	11.33	38	162	56.19	52	198	94.05	66
128	12.1	38	163	57.72	52	200	94.92	66
129	12.9	39	164	59.24	53	201	95.32	67
130	13.74	39	165	60.75	53			

จากตาราง 4 พบว่า คะแนนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 41-201 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_4 - T_{67}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง .00 - 95.32

การแปลความหมายของคะแนนโดยเทียบกับเกณฑ์ปกติ ถ้าต้องการระดับของคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้นำคะแนนดิบมาเทียบกับคะแนน T ปกติ และพิจารณาตามเกณฑ์ดังนี้

ตั้งแต่ T 65 และสูงกว่า	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูงมาก
ตั้งแต่ T 55 - T 64	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูง
ตั้งแต่ T 45 - T 54	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการปานกลาง
ตั้งแต่ T 35 - T 44	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำ
ตั้งแต่ T 34 และต่ำกว่า	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำมาก

4. การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของแบบทดสอบ
ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EPA) จาก 47 คุณลักษณะ เหลือ 10 คุณลักษณะ
โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
จำนวน 500 คน

ตาราง 5 ผลการแสดงหลักฐานความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EPA)

องค์ประกอบเดิม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ประสบการณ์ในธุรกิจเดิม	0.78	0.042	0.252	0.105	-0.071	0.002	-0.13	0.008	-0.061	-0.152	0.013
ความถนัดทางธุรกิจ	0.744	0.118	0.127	0.001	0.174	0.025	-0.04	-0.18	-0.108	-0.063	-0.07
ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ	0.676	-0.08	0.126	0.045	-0.02	0.09	-0.06	-0.09	0.078	-0.076	0.077
ความชำนาญด้านเทคนิค	0.673	0.192	-0.08	0.072	0.16	-0.13	0.017	0.004	-0.066	0.013	0.008
ความมั่นใจ	0.586	-0.12	-0.09	-0.107	0.186	0.009	0.078	0.104	0.038	0.179	-0.03
ความสามารถในการขาย	0.568	-0.06	-0.22	0.043	0.287	0.326	-0.16	-0.05	-0.161	0.03	-0.09
ความสามารถเป็นผู้นำ	0.547	-0.2	-0.06	0.009	-0.016	0.131	0.059	0.156	0.142	0.185	-0.16
ความรู้ในการบริหารจัดการ	0.541	0.171	0.08	-0.081	-0.19	0.111	0.253	0.034	-0.142	0.095	0.088
มีแรงจูงใจ/รับการสนับสนุน	0.486	0.378	-0.18	0.027	0.047	-0.01	0.156	-0.03	0.01	-0.28	0.048
การตัดสินใจที่ถูกต้อง	0.419	0.094	-0.07	-0.01	-0.158	0.077	0.095	0.244	-0.002	0.336	0.055
มีวินัยในตนเอง	-0.077	0.77	0.343	-0.036	-0.047	-0.06	0.126	-0.1	-0.133	0.026	-0.09
ประหยัด	0.174	0.767	-0.07	-0.044	-0.128	-0.14	0.211	0.035	0.042	-0.16	-0.11
มีความรับผิดชอบ	0.029	0.755	0.005	-0.016	-0.186	0.065	0.306	0.074	-0.092	-0.005	-0.02
บริการลูกค้าดี	-0.025	0.436	-0.05	-0.148	0.107	0.017	-0.05	0.104	0.229	0.045	0.15
มีความพยายาม/ไม่ท้อถอย	0.01	0.416	0.035	0.067	0.111	0.111	-0.14	-0.15	0.084	0.119	0.343
ความตั้งใจ	-0.01	0.215	0.197	0.123	0.184	-0.04	0.184	0.03	0.037	0.131	0.113
ใช้ความรู้ที่เรียนมา	-0.029	0.053	0.818	-0.207	0.007	-0.05	0.003	-0.05	0.024	-0.045	0.072
พัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง	0.077	0.192	0.646	-0.018	0.025	0.087	0.009	-0.07	0.051	-0.039	-0.06
เรียนรู้/พัฒนาสินค้า/บริการ	0.354	-0.03	0.574	0.106	0.047	-0.04	-0.09	0.048	0.074	-0.255	-0.05
มีความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ	0.489	-0.06	0.494	-0.085	0.103	-0.08	-0.16	0.136	0.032	-0.218	-0.01
มีความเชื่อเรื่องโชค	-0.092	0.068	-0.22	0.858	0.089	0.193	-0.13	0.161	-0.088	-0.119	-0.06
รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น	-0.153	0.013	0.01	-0.699	0.138	0.176	0.081	0.102	-0.074	-0.235	0.064
กล้าเสี่ยง	0.171	-0.41	0.003	0.506	0.172	-0.01	0.138	0.016	-0.04	0.032	0.16
ต้องการความอิสระ	-0.034	0.392	-0.06	0.455	0.041	0.024	-0.04	-0.17	-0.087	0.449	-0.03
มองหาโอกาสที่ดี	-0.042	-0.01	0.044	0.033	0.797	-0.19	0.447	-0.08	0.052	-0.267	-0.02
ชอบทำในสิ่งแปลกใหม่	0.131	-0.24	0.205	0.038	0.734	0.128	0.028	-0.12	-0.126	0.095	-0.09

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์ประกอบเดิม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ช่วงคิดช่วงสังเกต	0.305	-0.013	-0.102	0.088	0.587	-0.163	0.077	0.069	0.004	0.049	-0.038
ความทะเยอทะยาน	0.115	-0.048	-0.026	-0.222	0.544	-0.17	0.201	0.222	-0.063	0.163	0.057
ความสามารถในการวิเคราะห์	0.126	0.117	0.193	-0.192	0.229	0.119	0.101	0.088	-0.088	0.219	-0.031
ความสามารถเจรจาต่อรอง	0.001	-0.082	0.103	0.073	-0.16	0.698	-0.106	0.06	0.032	0.066	-0.106
ความสามารถติดต่อดสื่อสาร	0.294	0.077	0.007	-0.017	-0.29	0.643	0.136	-0.034	0.127	-0.073	0.121
มนุษยสัมพันธ์	0.181	-0.01	-0.226	-0.07	0.107	0.622	0.183	-0.199	0.08	-0.092	0.048
ความสามารถโน้มน้าว	0.317	-0.163	0.123	-0.027	0.072	0.392	0.219	-0.061	0.036	0.083	0.069
ความอดทนต่อความกดดัน	-0.038	0.348	-0.048	-0.139	0.144	0.014	0.722	0.086	-0.027	-0.055	-0.098
สามารถปรับตัว	0.062	0.099	-0.059	0.076	0.236	0.055	0.581	0.141	-0.081	0.092	-0.052
ความท้าทาย	-0.212	-0.025	0.408	-0.025	0.197	0.55	0.417	-0.055	-0.071	0.204	0.028
ความจริงใจ	0.04	-0.084	-0.037	0.024	-0.124	-0.167	0.242	0.841	0.046	0.065	0.065
ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	-0.004	0.114	-0.08	0.032	0.089	0.064	-0.072	0.608	0.2	0.093	-0.06
ความมีอุดมการณ์	-0.262	-0.003	0.185	0.413	0.082	0.258	0.139	0.44	-0.057	-0.217	0.106
ความมีคุณธรรม จริยธรรม	-0.016	0.128	0.028	-0.398	0.094	0.114	-0.102	0.415	-0.144	-0.108	-0.009
ความซื่อสัตย์ต่อพนักงาน/ทีมงาน	-0.052	-0.067	0.037	-0.004	-0.144	0.093	-0.13	0.122	0.887	0.176	-0.085
ความสามารถทำงานเป็นทีม	-0.137	0.007	0.12	-0.106	0.179	0.377	0.193	-0.103	0.485	-0.034	0.127
เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ	0.073	0.221	0.136	-0.022	0.15	-0.038	-0.277	0.103	0.327	0.217	0.077
มีใจรักธุรกิจ	0.219	0.077	-0.024	0.174	0.265	-0.184	0.092	-0.01	0.29	0.075	0.082
กล้าตัดสินใจ	-0.035	-0.091	-0.126	0.051	0.002	-0.016	0.031	-0.012	0.158	0.762	-0.014
ทำงานหนักติดต่อกัน	0.011	0.048	0.16	0.092	-0.141	-0.046	0.032	0.11	-0.04	0.003	0.784
มีสุขภาพดี	0.056	0.215	0.188	0.204	-0.037	0.023	0.249	0.051	0.133	0.116	-0.732

จากตาราง 5

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และหมุนแกนแบบแวนิแมกซ์ (Varimax)

2. องค์ประกอบที่ 10 คือ กล้าตัดสินใจ มีตัวบ่งชี้เพียงตัวเดียว จึงตัดออกจากแบบสอบถาม เหลือองค์ประกอบจำนวน 10 องค์ประกอบ จากตัวบ่งชี้ 46 ตัว

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ตัวบ่งชี้เน้นคุณภาพสินค้า/บริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในองค์ประกอบมีการสร้างทีมและภารกิจสูงสุด (.327) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาความหมายของตัวบ่งชี้แล้วพบว่ามีความหมายเข้ากับองค์ประกอบมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จมากกว่า และพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้เน้นคุณภาพสินค้า/บริการ มีขนาดพอสมควร (.221) และไม่แตกต่างกับค่าน้ำหนักองค์ประกอบในองค์ประกอบมีการสร้างทีมและภารกิจมากนัก จึงพิจารณาให้ตัวบ่งชี้เน้นคุณภาพสินค้า/บริการอยู่ในองค์ประกอบมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ

4. คุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบแล้ว จาก 47 คุณลักษณะ เหลือ 10 คุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

ตาราง 6 จำนวนข้อคำถาม คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs	องค์ประกอบเดิม	จำนวน ข้อ	น้ำหนักองค์ ประกอบ
1. มีทักษะการบริหารธุรกิจ	การมีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ / ความถนัดทางธุรกิจ / ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ / ความชำนาญด้านเทคนิค / ความมั่นใจ / ความสามารถในการขาย / ความสามารถเป็นผู้นำ / ความรู้ในการบริหารจัดการ / มีแรงจูงใจ-ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว / การตัดสินใจที่ถูกต้อง	45	0.419 – 0.78
2. มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ	มีวินัยในตนเอง / ประหยัด / มีความรับผิดชอบ / บริการลูกค้าดี / มีความพยายาม-ไม่ท้อถอย / ความตั้งใจ / เน้นคุณภาพสินค้า-บริการ	25	0.215 - 0.77
3. มีการพัฒนาความรู้สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง	ใช้ความรู้ที่เรียนมา / พัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง / เรียนรู้-พัฒนาสินค้า-บริการ / มีความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ	17	0.221 - 0.818
4. มีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง	มีความเชื่อเรื่องโชค / รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่น / กล้าเสี่ยง / ต้องการความอิสระ	14	0.455 - 0.858
5. มีความคิดสร้างสรรค์	มองหาโอกาสที่ดี / ชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ / ช่างคิดช่างสังเกต / ความทะเยอทะยาน / ความสามารถในการวิเคราะห์	23	0.229 - 0.797
6. มีทักษะในการจัดการกับคนอื่น	ความสามารถในการเจรจาต่อรอง / ความสามารถติดต่อสื่อสาร / มนุษย์สัมพันธ์ / ความสามารถโน้มน้าว	26	0.392 - 0.698
7. มีความอดทนมุ่งมั่น	ความอดทนต่อความกดดัน / ความสามารถในการปรับตัว / ความท้าทาย	10	0.417 - 0.722

ตาราง 6 (ต่อ)

คุณลักษณะผู้ประกอบการ SMEs	องค์ประกอบเดิม	จำนวน ข้อ	น้ำหนักองค์ ประกอบ
8. มีจรรยาบรรณในธุรกิจ	ความจริงใจ / ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า / ความมีอุดมการณ์ / ความมีคุณธรรม-จริย ธรรม	13	0.415 - 0.841
9. มีความสามารถในการ สร้างทีมและภารกิจ	ความซื่อสัตย์ต่อทีมงาน / ความสามารถในการ ทำงานเป็นทีม / เน้นคุณภาพสินค้า และบริการ / มีใจรักธุรกิจ	15	0.29 - 0.887
10. ทำงานหนัก	ทำงานหนักติดต่อกัน / มีสุขภาพดี	10	-0.732 - 0.784
รวม		198	0.215 - 0.887

จากตาราง 6 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามแต่ละข้อเป็นไปตามเกณฑ์ที่จะต้องมี 0.20 ขึ้นไป โดยพบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 0.215 - 0.887 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละด้านที่มีค่าสูง แสดงถึงความสามารถของข้อคำถามในการบ่งชี้คุณลักษณะด้านนั้นๆ ได้สูง)

5. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ ภายหลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตาราง 7 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นรายด้านและทั้งฉบับของ
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายหลังจากการวิเคราะห์
องค์ประกอบ

คุณลักษณะ	ค่าอำนาจ จำแนก
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\alpha = .9543$
1. มีทักษะการบริหารธุรกิจ	$\alpha = .9147$
ข้าพเจ้าเข้าใจเรื่องธุรกิจกับการเสียภาษี	0.3858
ข้าพเจ้าเคยตรวจสอบบัญชีด้วยตัวเอง	0.3766

ตาราง 7 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าอำนาจ จำแนก
ข้าพเจ้ามีความสามารถในการจัดระบบการทำงานให้ผู้อื่นได้ดี	0.4811
2. มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ	$\alpha = .8274$
ข้าพเจ้าเป็นคนตรงต่อเวลาสำหรับการนัดหมาย	0.3726
ข้าพเจ้าพยายามฝึกฝนพัฒนาจุดอ่อนของตนเอง	0.4502
โดยปกติข้าพเจ้าทำงานเพื่อให้ได้มาตรฐานสูง	0.3697
3. การพัฒนาความรู้ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง	$\alpha = .8466$
ข้าพเจ้าพยายามแสวงหาความรู้ ติดตามข่าวสารของหน่วยงานต่างๆ	0.3535
ข้าพเจ้าส่งพนักงานเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนางานอยู่เสมอ	0.5609
ข้าพเจ้าชอบหาแนวคิดใหม่ๆ จากการพูดคุยกับผู้อื่น	0.3576
4. มีความเชื่อในเรื่องความมีโชคของตนเอง	$\alpha = .7718$
ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกที่จะทำอะไรเสี่ยงๆ	0.3967
ข้าพเจ้าเป็นนักเสี่ยงโชคเก่งกาจ	0.5388
ข้าพเจ้าชอบเสี่ยงทำงานที่มีรายได้สูง แม้ว่ารายได้นั้นจะไม่แน่นอน	0.3971
5. มีความคิดสร้างสรรค์	$\alpha = .8245$
เมื่อข้าพเจ้าคุยกับคนอื่นแล้วมักจะทำให้มีแนวคิดใหม่ๆ ขึ้นมา	0.4216
ข้าพเจ้าปรับปรุงรูปแบบของสินค้าให้แปลกใหม่	0.4783
สินค้าที่ข้าพเจ้าผลิตจะแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันในท้องตลาด	0.4206
6. มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น	$\alpha = .8260$
ในการประชุม ข้าพเจ้าสามารถช่วยอธิบายในสิ่งที่ผู้อื่นพูดให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	0.4246
ข้าพเจ้ามีความสามารถในการโฆษณาสินค้า	0.4603
เมื่อจำเป็นต้องขอให้คนทำงาน ข้าพเจ้ามักจะถูกขอให้เป็นผู้เจรจาโน้มน้าว	0.452
7. มีความอดทนมุ่งมั่น	$\alpha = .6486$
เมื่อถูกบุคคลอื่นต่อว่า ข้าพเจ้าก็สามารถควบคุมตนเองได้	0.3859
ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้ดีภายใต้ความกดดัน	0.3945
ข้าพเจ้าสามารถมองข้อผิดพลาดให้เป็นเรื่องตลกได้	0.3716

ตาราง 7 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าอำนาจ จำแนก
8. มีจรรยาบรรณในธุรกิจ	$\alpha = .6969$
ข้าพเจ้าให้คำแนะนำทั่วถึง เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ	0.285
ข้าพเจ้าติดป้ายราคาสินค้าชัดเจน เพื่อความตรงไปตรงมา	0.3372
ข้าพเจ้าคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญแม้ว่าได้กำไรน้อยลง	0.3307
9. มีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ	$\alpha = .7108$
ข้าพเจ้ามอบหมายงานให้พนักงานอย่างเหมาะสมตามความถนัดและตำแหน่ง	0.365
ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกเมื่อได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น	0.4801
ข้าพเจ้าสามารถสร้างบรรยากาศให้เกิดการทำงานเป็นทีม	0.4523
10. ทำงานหนัก	$\alpha = .6647$
โดยปกติข้าพเจ้าทำงานแม้กระทั่งในวันหยุด	0.2415
บ่อยครั้งข้าพเจ้าทำงานเป็นเวลานานๆ โดยไม่หยุดพัก	0.4132
ข้าพเจ้าเคยอดอาหารกลางวันหรืออาหารเย็นเพื่อทำงานให้เสร็จ	0.3558

จากตาราง 8 พบว่า

1. ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบอยู่ระหว่าง 0.1325 – 0.5983 ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่าอำนาจจำแนกตามเกณฑ์ ส่วนในข้อคำถามบางข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกต่ำกว่า .20 แต่พบว่ามีความเชื่อมั่นสูง และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูง จึงคงไว้เพื่อรักษาข้อคำถามให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่ต้องการวัด โดยมีการปรับปรุงข้อคำถามให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ค่าความเชื่อมั่นทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับของแบบทดสอบเป็นไปตามเกณฑ์ คือ ตั้งแต่ .20 ขึ้นไป และอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ คือ .9543 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .6486 - .9147

หากดูค่าความเชื่อมั่นในรายด้าน คุณลักษณะมีทักษะการบริหารธุรกิจมีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .9147 รองลงมาตามลำดับ คือ การพัฒนาความรู้ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง (.8466) มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ (.8274) มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น (.8260) มีความคิดสร้างสรรค์ (.8245) มีความเชื่อในเรื่องความมีโชคของตนเอง (.7718) มีการสร้างทีมและภารกิจ (.7108) มีจรรยาบรรณในธุรกิจ (.6969) มีความขยันหมั่นเพียร (.6647) และคุณลักษณะมีความอดทนมุ่งมั่นนั้นมีความเชื่อมั่นในลำดับสุดท้าย คือ .6486

**6. แสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) ทั้งโดยรวมและรายด้านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

ตาราง 8 เกณฑ์ปกติโดยรวมของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(10 ด้าน)

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
34	0	4	111	6.4	35	136	30.24	45
52	0	11	112	6.92	35	137	31.66	45
64	0.03	16	113	7.47	36	138	33.1	46
72	0.1	19	114	8.06	36	139	34.57	46
74	0.13	20	115	6.68	36	140	36.06	46
75	0.15	20	116	9.33	37	141	37.58	47
82	0.36	23	117	10.02	37	142	39.11	47
83	41	24	118	10.74	38	143	40.66	48
85	0.51	24	119	11.5	38	144	42.23	48
87	0.65	25	120	12.3	38	145	43.8	48
89	0.81	26	121	13.14	39	146	45.39	49
90	0.9	26	122	14.01	39	147	46.99	49
91	1	27	123	14.93	40	148	48.59	50
93	1.24	28	124	15.88	40	149	50.19	50
95	1.52	28	125	16.87	40	150	51.79	50
98	2.05	30	126	17.9	41	151	53.39	51
99	2.26	30	127	18.97	41	152	54.98	51
100	2.48	30	128	20.08	42	153	56.57	52
102	2.98	31	129	21.23	42	154	58.14	52
105	3.9	32	130	22.41	42	155	59.71	52
106	4.25	33	131	23.63	43	156	61.25	53
107	4.63	33	132	24.88	43	157	62.78	53
108	5.03	34	133	26.18	44	158	64.29	54
109	5.46	34	134	27.5	44	159	65.78	54
110	5.92	34	135	28.86	44	160	67.24	54

ตาราง 8 (ต่อ)

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
161	68.68	55	171	81.28	59	181	90.15	63
162	70.09	55	172	82.35	59	182	90.83	63
163	71.47	56	173	83.37	60	183	91.47	64
164	72.82	56	174	84.35	60	184	92.08	64
165	74.13	56	175	85.29	60	186	93.2	65
166	75.41	57	176	86.2	61	187	93.71	65
167	76.66	57	177	87.06	61	188	94.19	66
168	77.87	58	178	87.89	62	192	95.84	67
169	79.05	58	179	88.68	62	193	96.18	68
170	80.19	58	180	89.43	62			

จากตาราง 9 พบว่า คะแนนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 34-193 มีค่า T ปกติ (T-Score) อยู่ระหว่าง $T_4 - T_{68}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง .00 - 96.18

การแปลความหมายของคะแนนโดยเทียบกับเกณฑ์ปกติ ถ้าต้องการระดับของคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้นำคะแนนดิบมาเทียบกับคะแนน T ปกติ และพิจารณาตามเกณฑ์ดังนี้

ตั้งแต่ T 65 และสูงกว่า	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูงมาก
ตั้งแต่ T 55 - T 64	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูง
ตั้งแต่ T 45 - T 54	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการปานกลาง
ตั้งแต่ T 35 - T 44	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำ
ตั้งแต่ T 34 และต่ำกว่า	แปลว่า มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำมาก

ตาราง 9 เกณฑ์ปกติรายด้านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (10 ด้าน)

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
มีทักษะการบริหารธุรกิจ			33	42.53	48	20	28.35	44
5	0.02	15	34	47.18	49	21	37.99	47
7	0.06	18	35	51.87	50	22	48.45	50
8	0.09	19	36	56.53	52	23	59.01	52
9	0.13	20	37	61.11	53	24	68.95	55
10	0.19	21	38	65.53	54	25	77.67	58
11	0.27	22	39	69.76	55	26	84.8	60
12	0.39	23	40	73.73	56	มีการพัฒนาความรู้ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง		
13	0.55	25	41	77.42	58			
14	0.77	26	42	80.8	59	1	0.14	20
15	1.05	27	43	83.84	60	2	0.32	23
16	1.43	28	44	86.56	61	3	0.68	25
17	1.92	29	45	88.94	62	4	1.35	28
18	2.54	30	มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ			5	2.55	30
19	3.32	32				6	4.53	33
20	4.29	33	4	0	2	7	7.6	36
21	5.48	34	5	0	4	8	12.04	38
22	6.91	35	7	0	10	9	18.04	41
23	8.61	36	9	0.02	15	10	25.65	43
24	10.61	38	10	0.06	18	11	34.65	46
25	12.93	39	11	0.15	20	12	44.61	49
26	15.58	40	12	0.34	23	13	54.93	51
27	18.56	41	13	0.74	26	14	64.93	54
28	21.87	42	14	1.49	28	15	73.98	56
29	25.49	43	15	2.83	31	16	81.65	59
30	29.41	45	16	5.06	34	17	87.73	62
31	33.59	46	17	8.49	36			
32	37.98	47	18	13.44	39			
			19	20.07	42			

ตาราง 9 (ต่อ)

คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ	คะแนน ดิบ	เปอร์เซ็นต์ ไทล์	T ปกติ
มีความเชื่อในความสามารถของตนเอง			17	25.02	43	มีความอดทนมุ่งมั่น		
0	5.72	34	18	34.4	46	1	0.01	14
1	10.11	37	19	44.86	49	2	0.1	19
2	16.55	40	20	55.7	51	3	0.51	24
3	25.19	43	21	66.12	54	4	2.07	30
4	35.75	46	22	75.43	57	5	6.53	35
5	47.53	49	23	83.16	60	6	16.25	40
6	59.54	52	มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น			7	32.39	45
7	70.71	55	3	0.02	15	8	52.82	51
8	80.19	58	5	0.1	19	9	72.51	56
9	87.53	62	7	0.38	23	10	86.98	61
10	92.72	65	8	0.71	25	มีจรรยาบรรณในธุรกิจ		
11	96.07	68	9	1.26	28	1	0	6
12	98.04	71	10	2.15	30	3	0.03	16
13	99.1	74	11	3.52	32	4	0.14	20
14	99.62	77	12	5.54	34	5	0.56	25
มีความคิดสร้างสรรค์			13	8.37	36	6	1.87	29
2	0	2	14	12.18	38	7	5.17	34
4	0	8	15	17.05	40	8	12	38
7	0.03	16	16	23.03	43	9	23.54	43
8	0.09	19	17	30.03	45	10	39.45	47
9	0.22	21	18	37.85	47	11	57.38	52
10	0.49	24	19	46.21	49	12	73.88	56
11	1.05	27	20	54.74	51	13	86.29	61
12	2.09	30	21	63.06	53			
13	3.89	32	22	70.8	55			
14	6.8	35	23	77.69	58			
15	11.15	38	24	83.55	60			
16	17.2	41	25	88.3	62			
			26	91.99	64			

ตาราง 9 (ต่อ)

เปอร์			เปอร์			เปอร์		
คะแนน	เซ็น	T ปกติ	คะแนน	เปอร์เซ็น	T ปกติ	คะแนน	เปอร์เซ็น	T ปกติ
ดิบ	ไทม์		ดิบ	ไทม์		ดิบ	ไทม์	
มีการสร้างทีมและภารกิจ			ทำงานหนัก					
2	0	2	0	2.38	30			
3	0	7	1	6.57	35			
4	0	11	2	15.02	40			
5	0.03	15	3	28.68	44			
6	0.13	20	4	46.42	49			
7	0.5	24	5	64.92	54			
8	1.64	29	6	80.4	59			
9	4.52	33	7	90.81	63			
10	10.52	37	8	96.42	68			
11	20.83	42	9	98.85	73			
12	35.5	46						
13	52.74	51						
14	69.47	55						
15	82.89	59						

จากตาราง 9 พบว่า คะแนนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแต่ละคุณลักษณะเป็นดังนี้

1. คุณลักษณะมีทักษะการบริหารธุรกิจ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 5 - 45 มีค่า Tปกติอยู่ระหว่าง $T_{15} - T_{62}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทม์อยู่ระหว่าง .02 - 87.75
2. คุณลักษณะมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 4 - 26 มีค่า Tปกติอยู่ระหว่าง $T_2 - T_{60}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทม์อยู่ระหว่าง .00 - 84.80
3. คุณลักษณะมีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 17 มีค่า Tปกติอยู่ระหว่าง $T_{20} - T_{62}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทม์อยู่ระหว่าง .14 - 87.73
4. คุณลักษณะมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 0 - 14 มีค่า Tปกติ อยู่ระหว่าง $T_{34} - T_{77}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทม์อยู่ระหว่าง 5.72 - 99.62

5. คุณลักษณะมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 2 - 23 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_2 - T_{60}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง .00 - 83.16
6. คุณลักษณะมีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 3 - 26 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_{15} - T_{64}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง .02 - 91.99
7. คุณลักษณะมีความอดทนมุ่งมั่น ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 10 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_{14} - T_{61}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง .01 - 86.98
8. คุณลักษณะมีจรรยาบรรณในธุรกิจ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 13 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_6 - T_{61}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง .00 - 86.29
9. คุณลักษณะมีการสร้างทีมและภารกิจ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 2 - 15 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_2 - T_{59}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง .00 - 82.89
10. คุณลักษณะมีความขยันหมั่นเพียร ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 0 - 9 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_{30} - T_{73}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 2.38 - 98.85

7. การแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติ MANOVA

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ทั้งหมด 10 ด้าน จากตาราง 11 แสดงผลการวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมทั้ง 10 ด้านโดยการวิเคราะห์ความแตกต่างในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ SMEs และผู้ประกอบการ SMEs มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และจากผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ SMEs และผู้ประกอบการ SMEs มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันทั้ง 10 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตาราง 11

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ

คุณลักษณะ		Mean	SD.	Mean	F
				Different	
มีทักษะทางธุรกิจ	SMEs	1.77	0.19	0.54	748.799**
	non-SMEs	1.23	0.15		
มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ	SMEs	1.47	0.27	0.32	173.956**
	non-SMEs	1.15	0.12		
มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง	SMEs	1.68	0.26	0.44	279.252**
	non-SMEs	1.24	0.19		
มีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง	SMEs	1.83	0.18	0.08	16.510**
	non-SMEs	1.75	0.17		
มีความคิดสร้างสรรค์	SMEs	1.6	0.3	0.47	322.510**
	non-SMEs	1.13	0.12		
มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น	SMEs	1.54	0.25	0.29	130.498**
	non-SMEs	1.25	0.18		
มีความอดทนมุ่งมั่น	SMEs	1.55	0.34	0.31	89.837**
	non-SMEs	1.24	0.21		
มีจรรยาบรรณในธุรกิจ	SMEs	1.5	0.32	0.35	155.738**
	non-SMEs	1.15	0.14		
มีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ	SMEs	1.53	0.32	0.42	225.218**
	non-SMEs	1.11	0.1		
ทำงานหนัก	SMEs	1.52	0.24	0.21	70.452**
	non-SMEs	1.31	0.18		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจและกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ ทั้ง 10 ด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ในทุกด้าน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ด้านทักษะการบริหารธุรกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.77 และ 1.23 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะทางธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.54 (Mean difference = 0.54) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 2 ด้านอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.47 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.32 (Mean difference = 0.32) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.68 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.44 (Mean difference = 0.44) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 4 ด้านความเชื่อในความมีโชคของตนเอง พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.83 และ 1.75 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อในความมีโชคของตนเองสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.08 (Mean difference = 0.08) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 5 ด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.60 และ 1.13 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.47 (Mean difference = 0.47) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 6 ด้านทักษะในการจัดการกับผู้อื่น พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.54 และ 1.25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะในการจัดการกับผู้อื่นสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.29 (Mean difference = 0.29) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 7 ด้านความอดทนมุ่งมั่น พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.55 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความอดทนมุ่งมั่นสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.31 (Mean difference = 0.31) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 8 ด้านจรรยาบรรณในธุรกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.50 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีจรรยาบรรณในธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.35 (Mean difference = 0.35) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 9 ด้านความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.53 และ 1.11 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.42 (Mean difference = 0.42) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 10 ด้านการทำงานหนัก พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.52 และ 1.31 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทำงานหนัก สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.21 (Mean difference = 0.21) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 11 ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นทั้งรายด้าน และรวมทั้งฉบับของคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (N=149) (K=198)

คุณลักษณะ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม		$\alpha = .9543$
1. มีทักษะการบริหารธุรกิจ	0.219 - 0.607	$\alpha = .924$
2. มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ	0.293 - 0.681	$\alpha = .921$
3. การพัฒนาความรู้ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง	0.265 - 0.619	$\alpha = .883$
4. มีความเชื่อในเรื่องความมีโชคของตนเอง	0.251 - 0.494	$\alpha = .759$
5. มีความคิดสร้างสรรค์	0.456 - 0.739	$\alpha = .937$
6. มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น	0.23 - 0.631	$\alpha = .905$
7. มีความอดทนมุ่งมั่น	0.35 - 0.742	$\alpha = .882$
8. มีจรรยาบรรณในธุรกิจ	0.229 - 0.704	$\alpha = .888$
9. มีการสร้างทีมและภารกิจ	0.368 - 0.716	$\alpha = .910$
10. การทำงานหนัก	0.234 - 0.46	$\alpha = .663$

จากตาราง 11 พบว่า

1. ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบเป็นรายข้ออยู่ระหว่าง 0.219 - 0.742
2. ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .943 ขณะที่ค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .663 – .937 โดยคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .937 และคุณลักษณะด้านการทำงานหนักมีค่าความเชื่อมั่นต่ำสุดคือ .663



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ที่ประกอบการธุรกิจและผู้ที่ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร (จากข้อมูลของสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครที่ลงทะเบียนไว้ทั้งสิ้น 42,880 ราย)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ประกอบการที่มารวมงานอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ และจากผู้ประกอบการที่สามารถเข้าถึงได้ โดยได้รับการแนะนำต่อๆ มาจำนวน 500 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากขนาดของประชากร โดยใช้ตารางยามาเน (Yamane) ที่ประชากร 50,000 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน (ซูศรี วงศ์รัตน์, 2549: 64) แต่เนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จะต้องใช้จำนวนตั้งแต่ 500 ขึ้นไป จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 500 คน

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของแบบทดสอบหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเก็บข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็นเจ้าของกิจการเป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง และดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random sampling) จากผู้ประกอบการที่มาร่วมงานอบรมสัมมนาต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ ที่มีความสนใจให้ความร่วมมือในการทำแบบทดสอบ จำนวน 149 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นผู้ทำงานประจำ ไม่เคยประกอบการธุรกิจของตนเอง และไม่มีแนวโน้มจะประกอบการธุรกิจ ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random sampling) กับลูกจ้างในสถานที่ทำงานตามลักษณะอาชีพต่างๆ จำนวน 149 คน ดังนี้

- 2.2.1 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ
- 2.2.2 พนักงานบริษัทเอกชน
- 2.2.3 ลูกจ้างโครงการของรัฐ / เอกชน
- 2.2.4 เจ้าหน้าที่องค์กรด้านศาสนา
- 2.2.5 เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบทดสอบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 267 ข้อ แบบทดสอบมีลักษณะเป็นข้อความเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ให้เลือกตอบสองตัวเลือก คือใช่หรือไม่ใช่ ซึ่งครอบคลุม 47 คุณลักษณะ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ประเภทธุรกิจ
- ตอนที่ 2 แบบทดสอบวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับส่วนงานต่างๆ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) และสมาคมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รวมทั้งองค์กร/หน่วยงานต่างๆ ที่จัดงานอบรมสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยขออนุญาตเข้าไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในงานอบรม/สัมมนาต่างๆ ที่องค์กรต่างๆ จัดขึ้น และเป็นงานที่มีผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วม โดยผู้วิจัยหาข้อมูลจากทางเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง และประสานงานขออนุญาตเป็นระยะ

1.2 ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แล้วนำไปขอความอนุเคราะห์จากผู้รับผิดชอบจัดงานของหน่วยงานต่างๆ เพื่อขออนุญาตนำแบบทดสอบเข้าไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในงานที่หน่วยงานนั้นๆ จัดขึ้น

1.3 เมื่อได้รับอนุญาต ผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการในช่วงพักและในช่วงหลังการสัมมนา รวมทั้งเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการบางส่วนที่เดินทางออกจากห้องประชุมก่อนเวลาเลิกงาน และเนื่องจากบางท่านไม่สะดวกที่จะทำในขณะนั้น ผู้วิจัยจึงจำหน่ายซองติดแสตมป์ถึงตัวเอง ให้ผู้ประกอบการนำแบบทดสอบกลับไปทำและส่งกลับมาทางไปรษณีย์ โดยขอเบอร์โทรศัพท์ติดต่อกลับเพื่อประสานติดตาม

1.4 ผู้วิจัยยังได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในแหล่งสถานประกอบการต่างๆ คือ ประตูน้ำ ดิเกไบหยก ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดนัดติดแอร์เจมมอลล์ โดยติดต่อผู้ประกอบการในแหล่งสถานประกอบการที่รู้จักให้ช่วยประสานงานกับผู้ประกอบการท่านอื่นๆ ให้

1.5 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ติดต่อเพื่อขอเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการแต่ละท่านโดยตรง ทั้งที่เป็นญาติ เพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง คนรู้จัก ตลอดจนคนที่ได้รับการแนะนำต่อๆ มา โดยนัดพบ หรือส่งให้ทำโดยส่งกลับมาทางไปรษณีย์

1.6 ในการดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตัวเองทุกครั้ง รวมทั้งมีเพื่อนและคนรู้จักซึ่งเป็นผู้ประกอบการช่วยในการเก็บข้อมูลด้วย ผู้วิจัยเตรียมแบบทดสอบให้เพียงพอกับจำนวนผู้ประกอบการ และแนะนำตัว พร้อมทั้งอธิบายเป้าหมายในการทำแบบทดสอบ และรายละเอียดของแบบทดสอบกับผู้ประกอบการทุกท่านก่อนเก็บข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจทำแบบทดสอบด้วยความพร้อมและความสมัครใจ

1.7 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบทดสอบจำนวน 500 ฉบับ และนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

2.การเก็บข้อมูลกับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการเก็บข้อมูลกับผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

2.1 ผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 149 คน ประกอบไปด้วย ข้าราชการ พนักงานของรัฐ พนักงานบริษัท เอกชน ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ ลูกจ้างบริษัทเอกชนต่างๆ โดยใช้วิธีการติดต่อไปยังคนที่รู้จักในหน่วยงานเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในสถานที่ทำงานต่างๆ คัดเลือกเฉพาะผู้ที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ ไม่เคยเป็นผู้ประกอบการ และไม่คิดจะเป็นผู้ประกอบการ

2.2 นำแบบทดสอบที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบทดสอบก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และประเภทธุรกิจ

2. การแสดงค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งรายด้านและรวมทั้งฉบับ ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้ง 47 คุณลักษณะก่อนวิเคราะห์องค์ประกอบ และ 10 คุณลักษณะหลังวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่าอำนาจจำแนกใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมแต่ละด้าน (Collected Item-Total Correlation) และค่าความเชื่อมั่นใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในทั้งรายด้านและทั้งฉบับ

3. การแสดงความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Construct Validity) ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) และหมุนแกนแบบแวร์แมกซ์ (Verimax)

4. การแสดงเกณฑ์ปกติ (Norm) ทั้งโดยรวมและรายด้านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้ง 47 คุณลักษณะก่อนวิเคราะห์องค์ประกอบ และ 10 คุณลักษณะหลังวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยหาคะแนนที่ปกติจากการหาตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์

5. การแสดงผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยใช้สถิติ MANOVA

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำนวน 500 คน สรุปได้ดังนี้

1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ส่วนเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

1.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุดมีอายุระหว่าง 45 ปี - น้อยกว่า 55 ปี จำนวน 146 คน (ร้อยละ 29.2) รองลงมาอีก 2 กลุ่มอายุที่ไล่เลี่ยกัน คือ อายุระหว่าง 35 ปี - น้อยกว่า 45 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และ อายุระหว่าง 25 ปี - น้อยกว่า 35 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และในกลุ่มอายุ 55 ปี - น้อยกว่า 65 ปี มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 กลุ่มอายุที่มีน้อยที่สุดคือ อายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 โดยสรุปแล้วช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ซึ่งนำมาใช้ในการสร้างแบบทดสอบนี้ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน คือ อายุระหว่าง 25 - 55 ปี รวมจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8

1.3 ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาระดับปวช.-ปวส. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาเป็นอนันต์สาม ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มี 43 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 และน้อยที่สุดคือระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยสรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาค่อนข้างสูง คือตั้งแต่ ม.6 หรือ ปวช. ขึ้นไป ไปจนถึงสูงกว่าปริญญาโท รวมจำนวน 438 คน คิดเป็นร้อยละ 87.6

1.4 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบการธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปมีจำนวนสูงที่สุด คือจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือระหว่าง 5 ปี - น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 และ 1 ปี - น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่ง คือ 302 คน (ร้อยละ 60.4) เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจมากเกินกว่า 5 ปี

1.5 ด้านประเภทของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำธุรกิจมากกว่า 1 ประเภท มีจำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจบริการและธุรกิจค้าปลีก ซึ่งมีจำนวนเท่าๆ กัน คือ 119 คน และ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และร้อยละ 23.2 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจการผลิตมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 โดยมีจำนวนเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจค้าส่ง คือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 โดยสรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบแบบสอบถามกระจายอยู่ในทุกประเภทธุรกิจ

2. ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบจากแบบทดสอบจำนวน 198 ข้อ 10 คุณลักษณะ

มีค่าอำนาจจะแนกอยู่ระหว่าง 0.1325 – 0.5983 ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่าอำนาจจำแนกตามเกณฑ์ ส่วนในข้อคำถามบางข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกต่ำกว่า 0.20 แต่พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูง จึงยังคงเก็บข้อคำถามไว้เพื่อให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่ต้องการวัด แต่ได้มีการปรับปรุง แก้ไขแต่ละข้อคำถามให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเมื่อนำข้อคำถามที่ปรับปรุง แก้ไขแล้วไปทดลองใช้อีกครั้ง พบว่ามีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.219 - 0.742 ซึ่งคำถามทุกข้อถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์

3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ จากจำนวนแบบทดสอบ 204 ข้อ ค่าความเชื่อมั่น

ทั้งฉบับอยู่ที่ .9561 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .2007 - .7812 คุณลักษณะชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .7812 และคุณลักษณะกล้าตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นต่ำที่สุด คือ .2007

หลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบแล้วเหลือ 10 คุณลักษณะ จำนวนแบบทดสอบ 198 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .9543 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .6486 - .9147 หากดูค่าความเชื่อมั่นในรายด้านคุณลักษณะมีทักษะการบริหารธุรกิจ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .9147 และรองลงมาตามลำดับ คือ การพัฒนาความรู้ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง (.8466) มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ (.8274) มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น (.8260) มีความคิดสร้างสรรค์ (.8245) มีความเชื่อในเรื่องความมีโชคของตนเอง (.7718) มีการสร้างทีมและภารกิจ (.7108) มีจรรยาบรรณในธุรกิจ (.6969) มีความขยันหมั่นเพียร (.6647) และคุณลักษณะ มีความอดทนมุ่งมั่น มีความเชื่อมั่นต่ำที่สุด คือ .6486

เมื่อได้นำแบบทดสอบจำนวน 198 ข้อ ไปปรับปรุง แก้ไขข้อคำถาม และทดลองใช้อีกครั้ง พบว่า ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .943 ขณะที่ค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .663 – .937 โดยคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .937 และคุณลักษณะด้านการงานหนักมีค่าความเชื่อมั่นต่ำสุดคือ .663

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ จาก 47 องค์ประกอบเหลือ 10 องค์ประกอบ

โดยตัดองค์ประกอบที่มีตัวบ่งชี้เพียงตัวเดียวออกไป คือองค์ประกอบกล้าตัดสินใจ เหลือแบบทดสอบ 198 ข้อ องค์ประกอบทั้ง 10 ด้าน คือ มีทักษะการบริหารธุรกิจ มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น มีความอดทนมุ่งมั่น มีจรรยาบรรณในธุรกิจ มีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ และทำงานหนัก และค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.215 – 0.858 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์คือ 0.20 ขึ้นไป

ค่าน้ำหนักแต่ละองค์ประกอบเป็นดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มีทักษะการบริหารธุรกิจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .0419 – 0.78

องค์ประกอบที่ 2 มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ

- มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.215 - 0.77
- องค์ประกอบที่ 3 **มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง**
มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.221 - 0.818
- องค์ประกอบที่ 4 **มีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง**
มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.455 - 0.858
- องค์ประกอบที่ 5 **มีความคิดสร้างสรรค์** มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.229 - 0.797
- องค์ประกอบที่ 6 **มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น**
มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.392 - 0.698
- องค์ประกอบที่ 7 **มีความอดทนมุ่งมั่น** มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.417 - 0.722
- องค์ประกอบที่ 8 **มีจรรยาบรรณในธุรกิจ** มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.415 - 0.841
- องค์ประกอบที่ 9 **มีความสามารถในการสร้างทีมและการกิจ**
มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.29 - 0.887
- องค์ประกอบที่ 10 **ทำงานหนัก** มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ -0.732 - 0.784

5. คะแนนเกณฑ์ปกติ (Norms) ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จาก 47 คุณลักษณะ จำนวน 204 ข้อ มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 41-201 มีค่า T ปกติ อยู่ระหว่าง $T_4 - T_{67}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง .00 -95.32

และหลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบแล้วเหลือ 10 คุณลักษณะ แบบสอบถามจำนวน 198 ข้อ คะแนนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งฉบับ จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพฯ 500 คน มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 34-193 มีค่า T ปกติ อยู่ระหว่าง $T_4 - T_{68}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง .00-96.18

สำหรับคะแนนเกณฑ์ปกติเป็นรายด้าน ของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า มี T ปกติ อยู่ระหว่าง $T_2 - T_{73}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) อยู่ระหว่าง .00 - 99.62 โดยมีเกณฑ์ปกติรายด้านดังนี้

- คุณลักษณะที่ 1 **มีทักษะการบริหารธุรกิจ** มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 5 - 45 มีค่า T ปกติ อยู่ระหว่าง $T_{15} - T_{62}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ อยู่ระหว่าง 0.02 - 87.75
- คุณลักษณะที่ 2 **มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ** มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 4 - 26 มีค่า T ปกติ อยู่ระหว่าง $T_2 - T_{60}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.00 - 84.80
- คุณลักษณะที่ 3 **มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง** มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 17 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_{20} - T_{62}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ อยู่ระหว่าง 0.14 - 87.73
- คุณลักษณะที่ 4 **มีความเชื่อในเรื่องความมีโชคของตนเอง** มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 0 - 14 มีค่า T ปกติอยู่ระหว่าง $T_{34} - T_{77}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์

อยู่ระหว่าง 5.72 - 99.62

คุณลักษณะที่ 5 มีความคิดสร้างสรรค์ มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 2 - 23 มีค่า T ปกติอยู่

ระหว่าง $T_2 - T_{60}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.00 - 83.16

คุณลักษณะที่ 6 มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 3 - 26 มีค่า T ปกติ

อยู่ระหว่าง $T_{15} - T_{64}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.02 - 91.99

คุณลักษณะที่ 7 มีความอดทนมุ่งมั่น มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 10 มีค่า T ปกติ อยู่

ระหว่าง $T_{14} - T_{61}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.01 - 86.98

คุณลักษณะที่ 8 มีจรรยาบรรณในธุรกิจ มีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 1 - 13 มีค่า T ปกติ อยู่

ระหว่าง $T_6 - T_{61}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.00 - 86.29

คุณลักษณะที่ 9 มีการสร้างทีมและภารกิจ ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 2 - 15 มีค่า T ปกติ

อยู่ระหว่าง $T_2 - T_{59}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 0.00 - 82.89

คุณลักษณะที่ 10 มีความขยันหมั่นเพียร ซึ่งมีคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 0 - 9 มีค่า T ปกติ อยู่

ระหว่าง $T_{30} - T_{73}$ และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ระหว่าง 2.38 - 98.85

การแปลความหมายของคะแนนโดยเทียบกับเกณฑ์ปกติ ถ้าต้องการระดับของคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้นำคะแนนดิบมาเทียบกับคะแนน T ปกติ และพิจารณาตามเกณฑ์ดังนี้

ตั้งแต่	T 65 และสูงกว่า	แปลว่า	มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูงมาก
ตั้งแต่	T 55 - T 64	แปลว่า	มีคุณลักษณะผู้ประกอบการสูง
ตั้งแต่	T 45 - T 54	แปลว่า	มีคุณลักษณะผู้ประกอบการปานกลาง
ตั้งแต่	T 35 - T 44	แปลว่า	มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำ
ตั้งแต่	T 34 และต่ำกว่า	แปลว่า	มีคุณลักษณะผู้ประกอบการต่ำมาก

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (non-SMEs) ทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 10 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ SMEs มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการในภาพรวมและในแต่ละด้านทั้ง 10 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 โดยกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs จะมีค่าเฉลี่ยคุณลักษณะของผู้ประกอบการในภาพรวม และในรายด้านทั้ง 10 ด้านสูงกว่าคนที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ (non-SMEs) ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านทักษะทางธุรกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.77 และ 1.23 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจ

มีทักษะทางธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.54 (Mean difference = 0.54) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 2 ด้านอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.47 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.32 (Mean difference = 0.32) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.68 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.44 (Mean difference = 0.44) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 4 ด้านความเชื่อในความมีโชคของตนเอง พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.83 และ 1.75 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อในความมีโชคของตนเองสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.08 (Mean difference = 0.08) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 5 ด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.60 และ 1.13 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.47 (Mean difference = 0.47) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 6 ด้านทักษะในการจัดการกับผู้อื่น พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.54 และ 1.25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะในการจัดการกับผู้อื่นสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.29 (Mean difference = 0.29) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 7 ด้านความอดทนมุ่งมั่น พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.55 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความอดทนมุ่งมั่นสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.31 (Mean difference = 0.31) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 8 ด้านจรรยาบรรณในธุรกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.50 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีจรรยาบรรณในธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เท่ากับ 0.35 (Mean difference = 0.35) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 9 ด้านความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.53 และ 1.11 ตามลำดับ แสดงให้

เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ เท่ากับ 0.42 (Mean difference = 0.42) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านที่ 10 ด้านการทำงานหนัก พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.52 และ 1.31 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทำงานหนัก สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ เท่ากับ 0.21 (Mean difference = 0.21) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 500 คน ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างซึ่งนำมาใช้ในการสร้างแบบทดสอบนี้ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน คือ อายุระหว่าง 25 - 55 ปี รวมจำนวน 384 คน (ร้อยละ 76.8) และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่ง (253 คน ร้อยละ 50.6) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับค่อนข้างสูง คือตั้งแต่ ม.6 หรือ ปวช. ขึ้นไป ไปจนถึงสูงกว่าปริญญาโท รวมจำนวน 438 คน คิดเป็นร้อยละ 87.6 นับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายของแบบทดสอบที่จะต้องนำไปใช้ในอนาคต และสอดคล้องกับลักษณะของแบบทดสอบที่มีข้อคำถามจำนวนมาก เหมาะสำหรับคนที่มีการศึกษาระดับหนึ่งที่จะสามารถอ่านข้อความได้เข้าใจ และเมื่อดูระยะเวลาในการประกอบธุรกิจจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่ง (302 คน ร้อยละ 60.4) เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจมาเกินกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ถือว่าตั้งหลักทางธุรกิจได้ระดับหนึ่ง และมีแนวโน้มที่ธุรกิจจะดำรงอยู่ ตลอดจนเติบโตต่อไปได้ จึงนับเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ค่อนข้างสูง สุดท้ายเมื่อดูประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากระจายอยู่ในทุกประเภทธุรกิจทั้งภาคการผลิต การบริการ การค้าส่ง และค้าปลีก โดยสรุปจากลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลทั้งหมดพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้มีความเหมาะสม สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากรได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการสร้างแบบทดสอบและการสร้างเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบด้วย

2. ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ

จากแบบทดสอบจำนวน 198 ข้อ 10 คุณลักษณะ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.1325 - 0.5983 ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่าอำนาจจำแนกตามเกณฑ์ ดังที่ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543:185) กล่าวไว้ว่า ข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้จะต้องมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.20 และถ้าข้อสอบนั้นมีค่าอำนาจจำแนกใกล้เคียง +1 ก็แสดงว่าข้อสอบข้อนั้นสามารถจำแนกได้สูงมาก อย่างไรก็ดี

ตามพบว่า มีข้อคำถามบางข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกต่ำกว่า 0.20 แต่ในข้อคำถามนั้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูง จึงยังคงเก็บข้อคำถามไว้เพื่อให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่ต้องการวัด โดยได้มีการปรับปรุง แก้ไขแต่ละข้อคำถามให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สาเหตุที่ข้อคำถามบางข้อมีค่าอำนาจจำแนกต่ำอาจเพราะข้อคำถามยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจน เมื่อได้มีการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามและได้นำข้อคำถามที่มีการปรับปรุง แก้ไขแล้วไปทดลองใช้อีกครั้ง พบว่าค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามในบางข้อมีดีขึ้นสูงขึ้น คือมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.219 - 0.742 ซึ่งถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์ทุกข้อ

ตามเกณฑ์ทั่วไปของค่าอำนาจจำแนกกำหนดไว้ว่า ค่าอำนาจจำแนก มากกว่า 0.40 มีความหมายว่าดีมาก ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.30 – 0.39 มีความหมายว่าดี ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.20 – 0.29 มีความหมายว่าปานกลาง ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.00 – 0.19 มีความหมายว่าต้องปรับปรุง และค่าอำนาจจำแนกต่ำกว่า 0.00 จะต้องตัดทิ้ง (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2539: 195-196) สำหรับค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สร้างขึ้น อยู่ระหว่าง 0.219 - 0.742 ข้อคำถามทุกข้อถือว่าสามารถนำไปใช้ได้ และโดยรวมค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดีมาก

3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

ในตอนแรกที่มีจำนวนแบบทดสอบ 204 ข้อ จาก 47 องค์ประกอบ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับจะอยู่ที่ .9561 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .2007 - .7812 โดยคุณลักษณะชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .7812 และคุณลักษณะกล้าตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นต่ำที่สุด คือ .2007 จะเห็นได้ว่ามีคุณลักษณะบางด้านมีค่าความเชื่อมั่นค่อนข้างต่ำ จนเมื่อนำแบบทดสอบไปวิเคราะห์องค์ประกอบเหลือ 10 คุณลักษณะ ได้ตัดตัวบ่งชี้ออกไป 1 ตัว คือ คุณลักษณะกล้าตัดสินใจ หลังจากคุณลักษณะกล้าตัดสินใจซึ่งมีความเชื่อมั่นค่อนข้างต่ำได้ถูกตัดออกไปแล้ว ทำให้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบรายด้านสูงขึ้น ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .9543 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .6486 - .9147

และต่อมาได้มีการนำแบบทดสอบหลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ และหลังจากการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามแล้วไปทดลองใช้อีกครั้ง พบว่า ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .943 ขณะที่ค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .663 – .937 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ค่อนข้างคงที่ ไม่ต่างจากเดิม จึงสามารถบ่งชี้ได้ว่าแบบทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นสูง เพราะวัดทั้ง 2 ครั้ง ในคนต่างกลุ่มกัน ก็ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ค่อนข้างคงที่ โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบที่วัดได้ทั้ง 2 ครั้งหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ จะสอดคล้องกับที่เกเบิล (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2543: 317; อ้างอิงจาก Gable.1986:147) ได้กล่าวไว้ว่า เครื่องมือวัดด้านความรู้สึกรหรือจิตพิสัยควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างต่ำ .70 และจากการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้ง 2 ครั้ง จะพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบมีค่าสูง คือมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับสูงกว่า .90 ขึ้นไปทุกครั้ง และมีค่าความเชื่อมั่นในรายด้านในระดับปานกลางถึงสูงแสดงให้เห็นว่า แบบทดสอบนั้นมีค่าความเชื่อมั่นเป็นที่เชื่อถือได้

นอกจากนี้ หากดูความสอดคล้องกันของค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบจากการวัดแต่ละครั้ง พบว่าค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบจะสอดคล้องกับค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ก่อนวิเคราะห์องค์ประกอบ มี 47 คุณลักษณะ คุณลักษณะชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ จะมีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด คือ .7812 และเมื่อหลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบแล้ว เหลือ 10 คุณลักษณะ คุณลักษณะชอบทำในสิ่งแปลกใหม่นี้ได้ถูกรวมเข้ากับคุณลักษณะอื่นโดยจัดอยู่ในองค์ประกอบด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์นี้กลายเป็นคุณลักษณะที่มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดคือ .937

4.ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบทดสอบ

ผู้วิจัยได้หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อค้นหาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งพบว่ามีคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจาก 47 องค์ประกอบ เหลือ 10 องค์ประกอบ คือ มีทักษะการบริหารธุรกิจ มีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ มีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง มีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการจัดการกับผู้อื่น มีความอดทนมุ่งมั่น มีจรรยาบรรณในธุรกิจ มีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ และทำงานหนัก โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.215-0.887 ซึ่งสอดคล้องกับแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพของพยาบาลสภาวิชาชีพ ของพรทิพย์ เขียวไพสิฐ (2542:65) ที่วิเคราะห์องค์ประกอบแล้วมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.309-0.673 แบบทดสอบวัดบุคลิกภาพแสดงตัวชี้วัดข้อความของ ทัดเทพ ทองพับ (2542:80) ซึ่งมีน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .302-.632 แสดงว่าแบบทดสอบวัดที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างที่น่าเชื่อถือได้ระดับหนึ่ง

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังทำให้ได้ทราบโครงสร้างของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานครว่ามี 10 คุณลักษณะที่สำคัญ โดยคุณลักษณะมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความอดทนมุ่งมั่น สอดคล้องกับการศึกษาของชูชัย สมิทธิไกร (2548:42) ที่ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูง จะมีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมสูงกว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำอย่างมีนัยสำคัญจำนวน 11 ด้าน ได้แก่ ความยืนหยัดอดทน ใฝ่ความสำเร็จ การจัดการกับความล้มเหลว แรงจูงใจและพลัง วิสัยทัศน์และเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูล ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ การแสวงหาโอกาสและความซื่อสัตย์ สุจริต และยังสอดคล้องกับการศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคอุตสาหกรรม โดยสมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2549:39-41) ที่มีข้อสรุปในส่วนของคุณลักษณะผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการประเมินตนเองเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

สำเร็จว่า เป็นผู้มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐาน (ขยัน ซื่อสัตย์ อดทน) เป็นผู้มีความคิดดี มีมนุษยสัมพันธ์ในระดับดีมาก และเป็นผู้ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วย

นอกจากนี้ คุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ค้นพบยังสอดคล้องกับการศึกษาของกมลกานต์ เทพรานนท์ (2549:120-122) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีภาวะผู้นำสูง มีแรงจูงใจภายในโดยรวมเช่นความมุ่งมั่นสูง และมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการเช่นความขยันทุ่มเทสูง และสอดคล้องกับการศึกษาคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กของ สิงห์, สัตวีร์ (Singh, Satvir. 1989: Abstract) ที่พบว่า การเติบโตทางธุรกิจในอัตราที่รวดเร็วเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะสูงในด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ความมั่นใจในตนเอง ความเพียรพยายามไม่ท้อถอย และคุณลักษณะในด้านมุ่งความสำเร็จนี้ยังสอดคล้องอย่างชัดเจนกับการศึกษาของ เวย์น์ เอช. สจวร์ต, จูเนียร์.

(Wayne H. Stewart, Jr. . 2007: Abstract) ที่ศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ประกอบการกับผู้จัดการ พบว่า ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการสูงกว่าคนเป็นผู้จัดการ และความแตกต่างนั้นมาจากการตั้งเป้าหมายที่กล้าเสี่ยงที่มากกว่า โดยผู้ประกอบการแสดงออกถึงแรงกระตุ้นสู่ความสำเร็จมากกว่าคนที่เป็นผู้จัดการ

5. เกณฑ์ปกติ (Norm) ของแบบทดสอบ

คะแนนเกณฑ์ปกติของแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในรายด้าน มีช่วงคะแนน T อยู่ระหว่าง $T_2 - T_{73}$ ครอบคลุมคะแนนดิบตั้งแต่ 34 – 193 และจัดอยู่ในช่วงระดับเปอร์เซ็นต์ไทล์ 0.00-99.62 จากคะแนนปกติดังกล่าวสามารถครอบคลุมตั้งแต่คะแนนที่ได้ต่ำสุด ไปจนถึงคะแนนที่ได้สูงสุด จึงสามารถนำไปใช้ในการแปลผลแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สร้างขึ้นได้

6. ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs

จากการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (non-SMEs) ทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 10 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ SMEs มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการในภาพรวมและในแต่ละด้านทั้ง 10 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 โดยกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs จะมีค่าเฉลี่ยคุณลักษณะของผู้ประกอบการในภาพรวม และในรายด้านทั้ง 10 ด้านสูงกว่าคนที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ (non-SMEs) โดยจะอภิปรายผลตามคุณลักษณะในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ด้านทักษะทางธุรกิจ (Business Management Skills) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.77 และ 1.23 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะทางธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ซึ่งจากแบบ

ทดสอบนี้ทักษะทางธุรกิจถือเป็นคุณลักษณะสำคัญประการแรกสำหรับคนที่เป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง ทั้งการบริหารจัดการ การเงิน ภาษี การบัญชี ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ การตลาด สินค้า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การวางแผนด้านธุรกิจ และการหาแนวทางแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา การจัดระบบงาน การลำดับความสำคัญของงาน รวมทั้งความกล้าในการตัดสินใจ

ทักษะทางธุรกิจเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังที่ สัจชัย สมไพบุลย์ (2538: 40-42) แสดงความเห็นว่าคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีประสบการณ์ด้านการบริหารหรือเคยฝึกอบรม มีความสามารถในการตัดสินใจได้รวดเร็วและถูกต้อง ในยามจำเป็น ตลอดจนมีความสามารถกำหนดนโยบายและออกแบบระเบียบวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับชุตินา โสภาสนนท์ (2543: 16-22) ที่ได้รวบรวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการจากประสบการณ์ที่ได้ทำงานใกล้ชิดกับผู้ประกอบการจำนวนมาก และพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสามารถในการบริหาร คือ รู้หลักการบริหาร และมีความเป็นผู้นำ มีความกล้าตัดสินใจ หนักแน่น ไม่หวั่นไหว หาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ จนสำเร็จ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างพันธมิตรเพื่อความร่วมมือพึ่งพาทางธุรกิจให้ธุรกิจอยู่รอดได้ด้วย และยังสอดคล้องกับการสรุปของสาร์จัน โอพิทักษ์ชีวิน (2549: 31-34) ที่มองว่า ความสามารถด้านการวางแผนและการบริหาร (Planning and administration Competency) เป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในงานเขียนของผู้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการหลายๆ คนก็มักจะพูดถึง ความสามารถทางด้านเทคนิค ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ

โดยเฉพาะนักวิชาการต่างประเทศ อาทิ สไตน์ฮอฟ และเบอร์เกสส์ (ชรินทร์ ชุนหพันธ์ รัช. 2543: 7-8; อ้างอิงจาก Steinhoff and Burgess. 1986. Small Business Management Fundamentals. pp.24-28) ที่แสดงทัศนะว่า ความสามารถทางด้านเทคนิคและความสามารถในการจัดการเป็นบุคลิกลักษณะบุคคลที่ดีของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจ หรือเช่น พิคเคิล และอะบราฮัมสัน (ชรินทร์ ชุนหพันธ์ รัช. 2543: 8-10; อ้างอิงจาก Pickle and Abrahamson. 1990. Small Business Management. pp.6-9) ได้กำหนดความสามารถด้านเทคนิคและความสามารถในการตัดสินใจ ว่าเป็นหนึ่งในคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ด้วย ซึ่งคุณลักษณะทักษะทางธุรกิจดังที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมด อาจมีไม่มากนักในคนทั่วไป โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานประจำ

ด้านที่ 2 ด้านอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ (Achievement Orientation Habit) พบว่ามีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.47 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีอุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ซึ่งคุณลักษณะมุ่งมั่นต่อความสำเร็จนี้ เป็นคุณลักษณะที่เรามักจะเห็นอย่างโดดเด่นจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ และจากแบบทดสอบนี้อุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพยายามตั้งใจทำงานอย่างมี

ระบบระเบียบ ทั้งการทำงาน การเงิน และการบริการ การจัดการกับเวลา ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตและบริการอย่างคุ้มค่า

อุปนิสัยมุ่งมั่นต่อความสำเร็จเป็นคุณลักษณะสำคัญที่งานศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการหลายๆ เล่มมักจะกล่าวถึงตรงกัน โดยกล่าวถึงเป็นคุณลักษณะอันดับต้นๆ อาทิ สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (2549: 31-34) มองว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต้องการจะประสบความสำเร็จ และอำนาจ ชีระวนิจ (2544: 6-8) กล่าวถึงคุณลักษณะความต้องการความสำเร็จว่า เป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อแรงจูงใจของผู้ประกอบการ ขณะที่ผลการศึกษาของ สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2549:39-41) ก็พบว่า ผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของตนเองว่ามาจากความมุ่งมั่นในความสำเร็จมาเป็นอันดับแรก โดยชุดิมา โอภาสานนท์ กล่าวถึงผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จสูงกว่าคนทั่วไปว่า มุ่งมั่นที่จะใช้พลังความคิด สติ ปัญญา และความสามารถทั้งหมดทุ่มเททำงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ สอดคล้องกับ ลี และคณะ (Lee, 2001: Abstract) ที่ศึกษาบุคลิกภาพของผู้ประกอบการในสิงคโปร์ พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพต้องการความสำเร็จเป็นลักษณะสำคัญประการแรกที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจ และโบลตันและทอมป์สัน (ซูชัย สมิทธิไกร, 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson, 2000. *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*) กล่าวว่าผู้ประกอบการจะมีลักษณะของการมีจิตจดจ่อ คือการมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ

ซูชัย ภัทรบรรเจิต (2552: ออนไลน์) จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) อธิบายปัจจัยด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จของผู้ประกอบการว่า เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความเป็นไปได้ พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้ว ผู้ประกอบการจะมุ่งมั่นใช้พลังงาน ความคิดสติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงาน เรียนรู้จากความผิดพลาดที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ และเพื่อการขยายความเจริญเติบโตของธุรกิจ แม้แต่ในการศึกษาของ เวย์น เอช. สจวร์ต, จูเนียร์. (Wayne H. Stewart, Jr. . 2007: Abstract) ที่ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ที่ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการมืออาชีพ ซึ่งในหลายองค์กรผู้จัดการเป็นผู้อยู่ในตำแหน่งบริหารและทำหน้าที่หลายอย่างแทนผู้ประกอบการก็ยังพบว่า ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการและริเริ่มธุรกิจของตนเองจะสูงกว่าคนที่เป็นผู้จัดการ โดยผู้ประกอบการจะแสดงออกถึงแรงกระตุ้นสู่ความสำเร็จมากกว่าคนที่เป็นผู้จัดการ จึงกล่าวได้ว่าคุณลักษณะมุ่งมั่นต่อความสำเร็จเป็นคุณลักษณะสำคัญของคนที่เป็นผู้ประกอบการ ลักษณะมุ่งมั่นต่อความสำเร็จนี้ยังส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในธุรกิจมากกว่าผู้ที่มีคุณลักษณะส่วนนี้น้อย และจึงทำให้ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำงานอยู่ในแวดวงธุรกิจมานานหลายปีแล้วมีคุณลักษณะมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จสูงกว่าคนที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด

ด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Development of Knowledge of Goods and Services) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.68 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งจากแบบทดสอบนี้การพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแสวงหาความรู้และใช้ความรู้ที่ได้มาพัฒนาธุรกิจทั้งสินค้าและบริการ รวมทั้งบุคลากรในหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ

การแสวงหาความรู้เพื่อนำมาเป็นฐานของการพัฒนาธุรกิจเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูงมาก เช่นองค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ทุกวันนี้พยายามให้บริการด้านข้อมูลและการฝึกอบรมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ ผู้ประกอบการที่ดีและมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลาโดยอาศัยทั้งแหล่งข้อมูลจากในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสามารถถอดบทเรียนจากประสบการณ์ในอดีตเพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ และนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การพัฒนาตัวเองทั้งด้านสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องบนฐานของข้อมูลความรู้ จึงจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่งและดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย (ชุดิมา โอภาสานนท์. 2543: 16-22, พิชาน พิชาลย์. 2552: ออนไลน์)

คุณลักษณะในด้านการพัฒนาความรู้สินค้าและบริการอาจมีการพูดถึงไม่มากนักในงานเขียนและงานที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอยู่ แต่มักจะมีการกล่าวถึงในคุณลักษณะด้านการใฝ่รู้ เช่นที่ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2552: ออนไลน์) อธิบายคุณลักษณะนี้ว่า การใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge) โดยขยายความเกี่ยวกับคุณลักษณะนี้ว่า ถึงแม้จะเชี่ยวชาญชำนาญในการทำงาน แต่ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ก็ยังไม่เพียงพอ ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอด โดยเฉพาะข้อมูลความรู้ทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากความรู้ไม่มีวันเรียนจบ ความรู้จะได้จากการสัมมนาฝึกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้งานสำเร็จเร็วขึ้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีนักวิชาการหลายคนให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านนี้มากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ด้าน อาทิ นักวิชาการที่มีผลงานศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการอยู่มากอย่าง ไมเคิล เฟรเซอร์ (วรรณ ฉายะวัฒน์. 2544: 26; อ้างอิงจาก Frese M. And Kruif, Mechelin D. 2000. Success and Failure of Micro Business Owners in Africa. pp.18-25) ที่ได้เสนอเรื่องความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning orientation) เป็นหนึ่งใน 6 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยอธิบายว่า หมายถึงการนำประสบการณ์ที่เคยได้รับจากการทำธุรกิจ

มาเรียนรู้และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นโดยไม่ท้อแท้หยุดนิ่ง แม้จะเป็นประสบการณ์ที่เคยผิดพลาด แต่ไม่เคยหยุดที่จะเรียนรู้จากสิ่งต่างๆ เหล่านั้น จึงกล่าวได้ว่า คุณลักษณะด้านการพัฒนาความรู้ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นอีกด้านหนึ่งสำหรับคนที่คิดจะเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งสำหรับคนที่เป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันก็ควรมีโอกาสได้รับการพัฒนาคุณลักษณะนี้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอด้วย

ด้านที่ 4 ด้านความเชื่อในความมีโชคของตนเอง (Locus of Control) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบการธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.83 และ 1.75 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อในความมีโชคของตนเองสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ซึ่งจากแบบทดสอบนี้การมีความเชื่อในความมีโชคของตนเอง หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้ความสามารถในการประเมินอย่างมีเหตุผล กล้าเสี่ยงโดยพิจารณาจากพื้นฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ทั้งด้านผู้บริโภค กระบวนการ และแหล่งทุนในด้านธุรกิจ มีความเชื่อมั่นในตนเองว่าจะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้

ในด้านความเชื่อในความมีโชคของตนเองเป็นคุณลักษณะที่จะพบจากการศึกษาหลายเล่ม โดยมักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง อาทิ โบลตัน และทอมป์สัน (ชูชัย สมิทธิไกร. 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson. 2000. Entrepreneurs : Talent, Temperament, Technique) และซุติมา โอภาสานนท์ (2543: 16-22) ที่เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการว่า มีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าว่าจะประสบความสำเร็จ โดยเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าแม้จะเผชิญสิ่งท้าทายก็สามารถเอาชนะสิ่งที่เกิดขึ้นได้ ขอบอิสระ พึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว และยังเกี่ยวกับความกล้าเสี่ยง คือชอบทำงานที่ท้าทายความสามารถ มีความเสี่ยงระดับปานกลาง คือมีโอกาสทั้งที่จะประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว โดยเต็มใจยอมรับภาระความเสี่ยงทุกด้านจากการที่ตัดสินใจเลือกเข้ามาประกอบธุรกิจของตนเอง (อำนาจ ชีระวนิจ. 2544: 6-88, ชูชัย สมิทธิไกร. 2548: 27) สอดคล้องกับที่ เวย์น์ เอช. สจวร์ต, จูเนียร์. (Wayne H. Stewart, Jr. . 2007: Abstract) ซึ่งได้ศึกษาบุคลิกภาพของผู้ประกอบการและผู้จัดการ พบว่า การที่ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จสูงกว่าผู้จัดการ เนื่องจากผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายที่กล้าเสี่ยงมากกว่านั่นเอง

ในเรื่องความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) นี้ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2552: ออนไลน์) จากสมาคมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อธิบายว่า ‘ธุรกิจ’ กับ ‘ความเสี่ยง’ เป็นของคู่กัน เนื่องจากผู้ที่เป็นผู้ประกอบการจะชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถของตนเอง และจะไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปได้อย่างเปราะบางหรือเสี่ยงหรือไม่มีความเสี่ยงเลย และจะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้วว่าไม่เกินความ

สามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ จำเป็นจะต้องใช้เวลาศึกษาวางแผนการตลาด เลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการบริหารพร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนโยบายของรัฐ โดยศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจและพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหา โดยมีการประเมินความเป็นไปได้เป็นอย่างดีแล้ว

นอกจากนี้ยังมีการอธิบายเรื่องความกล้าเสี่ยง โดยแบ่งความกล้าเสี่ยงออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรสินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพยากรสินจำนวนมาก (วรรณ ฉายาวัณณะ. 2544: 26; อ้างอิงจาก Frese M. And Kruif, Mechelin D. 2000. Success and Failure of Micro Business Owners in Africa. pp.18-25) นอกจากนี้ปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นในตนเองและความกล้าเสี่ยง ที่อยู่ในคุณลักษณะด้านความเชื่อในความมีโชคของตนเองแล้ว ยังมีการอธิบายเกี่ยวกับการเชื่ออำนาจควบคุมภายในตนเอง (Locus of control) ด้วย ว่า คนที่เป็นผู้ประกอบการจะมีความเชื่ออำนาจภายในตนเองค่อนข้างสูง (ลี และคณะ. 2001: Abstract) จึงอาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อในความมีโชคของตนเองดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เป็นปัจจัยสำคัญอีกด้านหนึ่งของคนที่เป็นผู้ประกอบการ และน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จำแนกความแตกต่างของคุณลักษณะของคนที่เป็นผู้ประกอบการกับคนที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการได้

ด้านที่ 5 ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.60 และ 1.13 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ซึ่งจากแบบทดสอบนี้ คุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดสร้างสรรค์ในเชิงธุรกิจ หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการสังเกต คิดวิเคราะห์ และกล้าทำในสิ่งที่แปลกใหม่ ตลอดจนพยายามมองหาโอกาสในการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ๆ และมีการสังเกตวิเคราะห์ความผิดพลาดอยู่เสมอ

คุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์นี้นับเป็นคุณลักษณะอีกด้านหนึ่งที่สำคัญมากสำหรับคนที่ประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การส่งเสริม SMEs ในปัจจุบัน มองว่า SMEs เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ จึงมีการสนับสนุนให้ผลิตสินค้าที่มีความแปลกใหม่และมีความแตกต่างเป็นพิเศษ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (พิชาน พิชาลย์.2552: ออนไลน์) ซึ่งการที่จะสร้างนวัตกรรมต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ดังกล่าวได้ ต้องมาจากคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ คุณลักษณะนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการและการพัฒนาคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจนี้เป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ SMEs

จากการศึกษางานเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการหลายๆ เล่ม พบว่าคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นด้านที่มีการกล่าวถึงค่อนข้างมาก เช่น สุวัจชัย สมไพบูลย์ (2538: 40-42) กล่าวว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มักมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะแสวงหาวิธีการในการประกอบการ สำหรับชุดิมา โภภาสานนท์ (2543: 16-22) มองว่าความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ คือ การไม่ทำซ้ำในสิ่งเดิม แต่หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตตลอดเวลา กล่าวถึงสิ่งที่แตกต่างจากเดิม คิดค้นประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต ขณะที่ไมเคิล เฟรเซอร์ (วรรณ ฉายะวัฒน์. 2544: 26; อ้างอิงจาก Frese M. And Kruif, Mechelin D. 2000. Success and Failure of Micro Business Owners in Africa. pp.18-25) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการไว้ว่าเป็นคุณลักษณะด้านความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

และสุรัช ภัทรบรรเจิด (2552: ออนไลน์) อธิบายคุณลักษณะด้านการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการไม่ต่างจากคนอื่นว่า ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบดั้งเดิม แต่เป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม เป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล่าวถึงจะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม ถ้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร ถ้าประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด ส่วนโบลตัน และ ทอมป์สัน (ชูชัย สมศิริกร. 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson. 2000. Entrepreneurs : Talent, Temperament, Technique) กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการอย่างชัดเจนว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ

คุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหมดที่กล่าวมา และผลจากการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการ SMEs มีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบการ SMEs นั้น ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เค.อาร์.จี. นาริ, อานู แพนดี้ (K.R.G Nair, Anu Pandey. 2006: Abstract) ที่ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการในรัฐเคราลา อินเดีย พบว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะมีความคิด ทศนคติในทางสร้างสรรค์มากกว่าคนกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับคนที่คิดจะเป็นผู้ประกอบการ และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะบ่งชี้ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ

ด้านที่ 6 ด้านทักษะในการจัดการกับผู้อื่น (Managerial Skills) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.54 และ 1.25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะในการจัดการกับผู้อื่นสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจ

ตามแบบทดสอบนี้ ทักษะในการจัดการกับผู้อื่น หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในทั้งด้านคำพูด กริยาท่าทาง รวมทั้งการเขียน เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร กับผู้อื่น รวมถึงการเจรจาต่อรอง โน้มน้าวจิตใจ สร้างมิตรภาพ และบริหารความขัดแย้งกับผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทักษะในการจัดการเป็นคุณลักษณะที่สำคัญ ด้านหนึ่ง ดังที่ชุตินา โสภาสนนท์ (2543: 16-22) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถในการบริหาร คือ รู้หลักการบริหาร มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น คือ สามารถโน้มน้าวใจ สร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้อื่นให้เข้าใจการทำงาน เต็มใจปฏิบัติงาน และให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน และสาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (2549: 31-34) มองคุณลักษณะของผู้ประกอบการว่าต้องมีความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการติดต่อสื่อสารหมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจได้ถูกต้องตรงกัน (มุสดี สุมาคม และเกศินี วิฑูรชาติ. 2529: 36-40) สอดคล้องกับ พิคเคิล และอะบราฮัมสัน (ชินินทร์ ชุณหะพันธุ์รักษ์. 2543: 8-10; อ้างอิงจาก Pickle and Abrahamson. 1990. Small Business Management. pp.6-9) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะด้านการติดต่อสื่อสารและคุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ว่า เป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะในการเจรจาต่อรองทั้งกับลูกค้าเพื่อเปิดและปิดการขาย รวมทั้งการสื่อสารกับผู้ร่วมงาน

นอกจากนี้ ทักษะในการจัดการกับผู้อื่น ส่วนหนึ่งยังเกี่ยวข้องกับความสามารถในการบริหารจัดการและความเป็นผู้นำด้วย (Management and Leadership Capability) เพราะในการทำธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการ ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการวางแผนงาน วางแนวทาง และทำงานเป็นแบบอย่างให้กับผู้ร่วมงาน ตลอดจนการกำกับดูแล และช่วยเหลือให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเองเพื่อให้งานดำเนินไปได้ มีความสามารถในการบริหารจัดการดูแล ตลอดจนวางแผนในการพัฒนาบุคลากรที่จำเป็นสำหรับการเติบโตของธุรกิจได้ (สุรัชย์ ภัทรบรรจิจิต. 2552: ออนไลน์) ทักษะในด้านการจัดการกับผู้อื่นจึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญสำหรับการประกอบธุรกิจ และสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จ

ด้านที่ 7 ด้านความอดทนมุ่งมั่น (Endurance) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.55 และ 1.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีความอดทนมุ่งมั่นสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ตามแบบทดสอบนี้ ความอดทนมุ่งมั่น หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในความอดทนต่อความไม่แน่นอนของสถานการณ์ การอดทนต่อความกดดัน สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและชอบทำงานที่ท้าทายความสามารถ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการมักจะมีอดทนมุ่งมั่นค่อนข้างสูง เช่นที่อำนาจ วีระวนิจ (2544: 6-88) กล่าวถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการว่า มีความอดทนต่อแรงเสียดทานและมีความยืดหยุ่น คือ การอดทนต่อแรงเสียดทานต่างๆ จากที่ต้องเผชิญ

ปัญหาอย่างรอบด้านท่ามกลางธุรกิจที่มีการแข่งขันและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ขณะที่ผู้ประกอบการทางภาคใต้ก็เคยมีการประเมินความสำเร็จในการทำธุรกิจของตนเองว่ามาจากการมีลักษณะพื้นฐาน คือความขยันและอดทน (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ. 2549: 39-41) รวมทั้งมีความเข้มแข็ง ไม่ท้อถอย รู้จักสภาพความเป็นจริงและทางเลือกในอนาคตของตนเอง (สุวัจชัย สมไพบูลย์. 2538: 40-42) คุณลักษณะด้านความอดทนมุ่งมั่นจึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของคนที่เป็นผู้ประกอบการ และเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจได้

ด้านที่ 8 ด้านจรรยาบรรณในธุรกิจ (Business Ethics) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.50 และ 1.15 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีจรรยาบรรณในธุรกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ตามแบบทดสอบนี้ ด้านจรรยาบรรณในธุรกิจ หมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการรักษาคำพูด ไม่คดโกง ตรงไปตรงมา มีการคิดราคาสินค้าอย่างถูกต้องยุติธรรม คำนึงถึงคุณภาพสินค้า ตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา และมีอุดมการณ์ในการสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม

สำหรับคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณในธุรกิจเป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่มีความจำเป็นสำหรับคนที่คิดจะเป็นผู้ประกอบการ แม้การทำธุรกิจจะมุ่งแสวงหาผลสำเร็จที่สูงสุด แต่จรรยาบรรณเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะละเลยไม่ได้ เพราะจะแสดงถึงความน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้าและส่งผลต่อความมั่นคงของการประกอบธุรกิจในระยะยาว เช่น ในเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ การซื่อสัตย์ต่อเพื่อนร่วมงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการคำนึงถึงสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึงการให้ความสำคัญกับสังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อมในแหล่งที่ดำเนินธุรกิจด้วย (ชุดิมา โอภาสานนท์. 2543: 16-22, วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์. 2547: 33-46, ชรินทร์ ชุนห์พันธุ์. 2543: 7-8; อ้างอิงจาก Steinhoff and Burgess. 1986. Small Business Management Fundamentals. pp.24-28, ชูชัย สมิทธิไกร. 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson. 2000. Entrepreneurs : Talent, Temperament, Technique)

ด้านจรรยาบรรณในธุรกิจ อาจไม่ใช่ทักษะที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จโดยตรง และไม่ใช่ทักษะที่ต้องอาศัยการฝึกฝนมากนัก แต่เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ต้องมีการปลูกฝัง หรือมีกรอบในการกำหนดแนวทางของธุรกิจ เพราะเป็นปัจจัยสำหรับการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักในความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าด้านอื่นๆ รวมทั้งเป็นการวางรากฐานของความสำเร็จและความมั่นคงสำหรับการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

ด้านที่ 9 ด้านความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ (Teamwork Competency) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.53 และ 1.11 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ตามแบบทดสอบนี้ ความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ

หมายถึงการแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการปฏิบัติต่อพนักงาน และทีมงานอย่างชัดเจน มีความยุติธรรม เหมาะสมทั้งเรื่องเวลาการทำงาน ค่าตอบแทน การมอบหมายภารกิจ มีความรักในงานและทีมงาน รวมถึงสามารถจัดการให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานเป็นทีม โดยมีเป้าหมายคือการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน

ความสามารถในด้านการสร้างทีมเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรต้องคำนึงถึง เพราะการประกอบธุรกิจจะต้องอาศัยการทำงานจากคนหลายๆ ฝ่าย ที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกันมาช่วยทำให้งานขับเคลื่อนไปได้ตามที่ผู้ประกอบการต้องการ ความสามารถเชิงบริหารในด้านทีมเวิร์ค การสร้างบรรยากาศให้เกิดการทำงานเป็นทีม จึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. 2549: 31-34, ชูชัย สมธิไกร. 2548: 32; อ้างอิงจาก Bolton and Thompson. 2000. Entrepreneurs : Talent, Temperament, Technique) หากผู้ประกอบการมีความสามารถ มีความพร้อมทุกอย่าง แต่เก่งเพียงคนเดียวคงไม่สามารถนำองค์กรไปสู่เป้าหมายได้ ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างทีมงานที่มีความสามารถพร้อมที่จะทำงานร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรได้ สามารถทำให้สมาชิกในทีมงานมีความมุ่งมั่นและตั้งใจจริงที่จะ 'ทำงาน' ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคือความสำเร็จขององค์กรในที่สุด (วิฑูรย์ สิมะโชติ. 2546: ออนไลน์) คุณลักษณะความสามารถในการสร้างทีมและภารกิจ เป็นคุณลักษณะที่ฝึกฝนเรียนรู้ได้ เป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเองให้มีความสามารถในการสร้างทีม และสร้างทีมงานที่มีการทำงานเป็นทีมแบบมีประสิทธิภาพ

ด้านที่ 10 ด้านการทำงานหนัก (Hard Work) พบว่า มีค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) และผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (non-SMEs) เท่ากับ 1.52 และ 1.31 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีการทำงานหนักสูงกว่าผู้ไม่ได้ประกอบธุรกิจ จากแบบทดสอบนี้การทำงานหนักหมายถึง การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการทำงานหนักทุ่มเทเวลาในการทำงาน จนขาดการพักผ่อนอย่างเพียงพอ มีนิสัยในการรับประทานอาหารไม่เหมาะสม และขาดการดูแลสุขภาพที่ดี ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะทำงานหนักมากกว่าคนทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อาทิ อำนาจ ชีระวนิจ (2544: 6-88) กล่าวว่าผู้ประกอบการมีพลังในระดับสูง โดยใช้พลังทั้งหมดที่มีอยู่ทุ่มเทในการทำงานทุกอย่างอย่างหนักและกระตือรือร้น โดยมีพลังส่วนตัวที่มากกว่าคนทั่วไป ขณะที่ชุติมา โอภาสานนท์ (2543: 16-22) กล่าวว่าผู้ประกอบการจะมีมานะและทำงานหนัก คือ ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ใช้เวลาทำงานมากกว่าคนทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน ส่วนใหญ่คุณลักษณะด้านการทำงานหนักจะถูกกล่าวถึงควบคู่กับคุณลักษณะย่อย คือ ความกระตือรือร้น เช่นที่สุรชัย ภัทรบรรเจิด (2552: ออนไลน์) นำเสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในด้านการทำงานหนักว่า เมื่อผู้ประกอบการพิจารณาอย่างรอบคอบและตั้งเป้าหมายแล้ว มักจะยืนหยัดต่อสู้ทำงานอย่างหนักจนเต็มกำลังความสามารถ โดยมีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง แม้ว่าจะต้องเผชิญอุปสรรคหรือ

ถูกกดดันก็ไม่สามารถหยุดยั้งได้ ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนทั่วไป จึงอาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะด้านการทำงานหนักเป็นคุณลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งที่อาจบ่งชี้ว่าคุณลักษณะของคนที่เป็นผู้ประกอบการได้ โดยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะทำงานหนัก เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ และทุ่มเททำงานหนักมากกว่าคนทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการนำแบบทดสอบไปใช้ ควรใช้เครื่องมืออื่นๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ ประกอบด้วย จะช่วยให้สามารถประเมินคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ตอบได้ชัดเจน ครอบคลุม และตรงกับความเป็นจริงของแต่ละบุคคลมากขึ้น
 2. เมื่อนำแบบทดสอบไปใช้ แล้วแปลผลพบว่าผู้ทำแบบทดสอบมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการในบางด้านต่ำกว่าเกณฑ์ ผู้ทำแบบทดสอบควรได้รับคำแนะนำให้ไปพัฒนาตนเองในด้านนั้นๆ เพิ่ม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องอาจต้องสร้างหลักสูตรเสริมศักยภาพเพื่อพัฒนาคุณลักษณะในบางด้านเพิ่มเติมให้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบทดสอบได้มีโอกาสพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จำเป็นในด้านที่ตนเองยังด้อยอยู่ และทำให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบการได้มากขึ้น
- หากสามารถนำแบบทดสอบไปใช้ให้บุคคลได้พิจารณาตรวจสอบคุณลักษณะของตนเอง เพื่อทราบจุดอ่อน จุดแข็ง รวมทั้งรู้แนวทางในการพัฒนาตนเองอย่างเหมาะสมได้ จึงเป็นการนำแบบทดสอบไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. แม้ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและความเชื่อมั่นของแบบทดสอบจะอยู่ในเกณฑ์เชื่อถือได้ แต่จากสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แบบทดสอบที่เคยใช้ได้ดีในช่วงเวลาหนึ่งอาจกลายเป็นล้าสมัยไปได้อย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้น เมื่อเวลาผ่านไปควรมีการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมและลุ่มลึกในบุคลิกลักษณะที่จำเป็นทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการพัฒนาแบบวัดที่มีคุณภาพใช้ได้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคมต่อไป
2. ควรมีการศึกษาตัวแปรใหม่ๆ ที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเพิ่มเติม เช่น คุณลักษณะด้านความทันสมัย ทันต่อเทคโนโลยีต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ธุรกิจ在线 ไลฟ์สด รวมทั้งธุรกิจที่อาศัยเทคโนโลยีระดับสูงต่างๆ และอื่นๆ
3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป ไม่ได้แยกประเภทธุรกิจเฉพาะอย่าง ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันใน

บางด้าน ในอนาคตอาจมีการศึกษาและสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกประเภทธุรกิจ เพื่อจะสามารถตอบสนองต่อการนำแบบทดสอบไปใช้เฉพาะกลุ่มธุรกิจมากขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยยังไม่ได้แยกแยะระหว่างกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กกับกลุ่มธุรกิจขนาดกลาง ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน ในอนาคตอาจมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่ม



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กัตัญญ หิริญญสมบุรณ์. (2549). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: บริษัทเท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.
- กมลกานต์ เทพรานนท์, รัตติกรณ์ จงวิศาล “ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม” วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่ 32 กันยายน-ธันวาคม 2549 หน้า 120-133
- กันติศ ชลสิทธิ์. (2545) . การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะความเป็นครูของครูกลุ่ม กรุงเทพมหานคร. ปรินทิพ. กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- จักรกฤษ ทาแปง. (2546) . การวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีของไอแซกซ์ ที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างต่างกัน. ปรินทิพ. กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ชนินทร์ ชุณหพันธ์. (2543). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- ชาย โพธิ์สีดา. (2549). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูชัย สมิตีไกร “การเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในจังหวัด เชียงใหม่” มนุษยศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2548 หน้า 27-47
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2549). เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย: แนวทางสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โพรเกรสซีฟ จำกัด
- ชัชวาล วณิชผล. (2546). คุณลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ ความชำนาญ ที่มีผลต่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- โชติณัฐ ด่านกุล. (2549). การสร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการอาชีพ ผู้ให้คำปรึกษา. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

ชุตินา โสภาสนนท์. (2543). ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ: คู่มือสำหรับนักลงทุน.

กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดวงใจ บุญยะภาส. (2543). การศึกษาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบทดสอบวัด

บุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีบุคลิกภาพของไอแซกส์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยม

ศึกษาปีที่ 4 ในจังหวัดราชบุรี. ปรินญานิพนธ์. กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

ดนัย เทียนพุ่ม “เถ้าแก่และ SME : ทางรอดเศรษฐกิจประเทศไทย” Chulalongkorn Review

ปีที่ 11 ฉบับที่ 43 เมษายน-มิถุนายน 2542 หน้า 72-89

บุญชม ศรีสะอาด. (2543). วิธีการวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น

บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2519). การวัดและประเมินผลการศึกษา. กรุงเทพฯ:

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บุญธรรม กิจปรีดาภิรุทธิ์. (2534). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย.

พิมพ์ครั้งที่ 3 นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

บุปผา พิกุลแก้ว. (2543). การวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพของพนักงานขายปลีกหน้าร้าน

ในห้างสรรพสินค้า. ปรินญานิพนธ์. กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิต

วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

ผุสดี รุมาคม และ เกศินี วิฑูรชาติ. (2529). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. คณะพาณิชยศาสตร์

และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์การพิมพ์

ผุสดี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์

ภาณี วงษ์เอก. (2531). วิธีการศึกษาแบบการจัดสนทนากลุ่ม การศึกษาเชิงคุณภาพ: เทคนิค

การวิจัยภาคสนาม. เบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติคส์.บุปผาศิริรัศมี และวาทีณี

บุญชะลิกษ์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล

พรทิพย์ เรียรไพสิฐ. (2542). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพของพยาบาลสภาวิชาชีพ

ไทยตามแนวบุคลิกภาพของแคทเทิล. ปรินญานิพนธ์. กศ.ม. (การวัดผล

การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ:

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิชาน พิชาลัย. (2552). การส่งเสริม SMEs เข้าสู่เศรษฐกิจฐานความรู้:

สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2552, จาก <http://www.108acc.com/index.php>

ทัตเทพ ทองพับ. (2547). การศึกษาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบทดสอบวัด

บุคลิกภาพแสดงตัวและเก็บตัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. ปรินญานิพนธ์.

กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร

วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

- ธัญรุต อยู่ชุ่ม. (2548). **แบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นนักธุรกิจของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3**. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ธิดิภพ ชยรัช. (2547). **ศาสตร์สุดยอด SMEs ที่ดี**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด
- นันทา สุรักษา. (2550). **การทดสอบทางจิตวิทยา**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- นันทา สุรักษา และทศพร มณีศรีขำ. (2550). **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- นิติกร เบญจมาตย์. (2551). **การสร้างแบบวัดจริยธรรมความเอื้ออาทร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษา ระดับช่วงชั้นที่ 2**. ปรินูญานิพนธ์. กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- มาลาภรณ์ บุตรเมฆ. (2540). **การสร้างเครื่องมือวัดบุคลิกภาพผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต**. สรรพ. ปรินูญานิพนธ์. กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ยุทธ กัยวรรณ. “**คุณลักษณะและทักษะอาชีพ การเป็นเจ้าแก่งธุรกิจขนาดย่อม**” วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม ฉบับที่ 4 พฤษภาคม 2542-เมษายน 2543 หน้า 124-128
- วิภารัตน์ พูลสวัสดิ์. (2549). **การสร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นผู้ประกอบการอาชีพอิสระ**. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- วุฒิชัย จงคำนิ่งศิลป์. (2547). **การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม**. ปรินูญานิพนธ์. กศ.ด. (จิตวิทยาการให้คำปรึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- รัชจิรินทร์ พรชัยวิเศษกุล, วิวรรณรักษ์ จรัสวิริยะกุล, อัญชลี วิสุทธิมรรค และสุรัต พิชัย. (2546). **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ราตรี ม่วงอ่อน. (2547). **การสร้างแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ทางภาษาไทยตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเพชรนอมกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์. กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- รัชนิดา สบายวรรณ. (2547). **การสร้างแบบวัดความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม.

- (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- รัชนิพร ยันตะบุศย์. (2546). การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- เรวัต จินดาพล “คุณสมบัติของผู้ประกอบการขนาดย่อม “ยุคเศรษฐกิจใหม่” (The New Economy SME)” Business.com June 2003
- เรวัต ตันตยานนท์. (2550). ทักษะบริหารจัดการสำหรับเอสเอ็มอี: สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2552, จาก <http://www.smeschannel.com/articles.php?articleId=2020>
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2539). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2543). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2540). สถิติวิทยาทางการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- วิฑูรย์ สิมะโชติ. (2546): CEO คือ ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลง: สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2552, จาก <http://www.smeschannel.com/articles.php?articleId=24>
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2545). สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสรี ชัดเข้ม “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน” วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา ปีที่ 2 ฉบับที่ 21 มีนาคม 2547
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาวิดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุลิรัชนิกร, สมมาตร จุลิกพงศ์ “คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้: ภาคอุตสาหกรรม” วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 มกราคม-เมษายน 2549
- สมชาย หิรัญภิตติ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์
- สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2549). โลกของผู้ประกอบการและการวางแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว
- สุกัญญา เกษจันทร์. (2549). การสร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบอาชีพ นักสังคมสงเคราะห์. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุชีรา ภัทรายุตวรรัตน์. (2545). คู่มือการวัดทางจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เมติคัล มีเดีย

- สุดใจ ผาแก้วมณี. (2542). การศึกษาเกณฑ์ปกติของบุคลิกภาพของนักเรียนพยาบาลสี่เหล่า
ที่กรุงเทพมหานคร. ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุทธิรัตน์ พิมพ์พงศ์. (2540). การพัฒนาแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นพยาบาล.
ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ด. (การทดสอบและการวัดผล). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุเพ็ญ จุลอมร. (2546). การสร้างแบบทดสอบวัดความฉลาดทางอารมณ์สำหรับผู้บริหาร
โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา. ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุวัจชัย สมไพบูลย์. (2538). สูตรสำเร็จเก้าแก้ว. กรุงเทพฯ: แม่นแจ่มจันทร์ มีเดีย
- สุภาณี อินทรอักษร. (2542). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะอาจารย์ที่ปรึกษา
นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผล
การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุภาพร เจริญธรรม. (2549). การสร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นช่างอัญมณี
และเครื่องประดับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ม.
(จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร
- สุภาวดี บุญออก. (2546). คิดอย่างสร้างสรรค์สร้างกำไรให้ SMEs: สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม
2552, จาก <http://www.ismed.or.th/SMEs/src/bin/controller.php>
- สุภาวดี ศรพรหม. (2541). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของ
พนักงานธนกรประจำอาคาร. ปรินทิพนิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2552). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs: สืบค้นเมื่อ 8
พฤษภาคม 2552, จาก <http://www.smemedia.com/index.php>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2545). ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม:
สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.sme.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม “ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การส่งเสริม
SMEs” วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 19 ฉบับที่ 3 มีนาคม 2551 หน้า 14-19
- อัมพิกา เกตุทิม. (2549). การสร้างแบบวัดลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบอาชีพ
พนักงานขายหน้าร้าน. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

อาภา มณีสถิตย์. (2545). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพผู้จัดการสาขาของธนาคาร
ตามแนวทฤษฎีบุคลิกภาพของแคทเทล. ปรินซ์นิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผล
การศึกษา).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
อารีย์ งามศิริพัฒนกุล “ บีโอไอร่วมสร้าง SMEs ไทย” วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 19
ฉบับที่ 3 มีนาคม 2551 หน้า 11-13
คุณสมบัติขั้นต่ำ 7 ประการสำหรับ เจ้าแก๊วใหม่ (2552) : สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2552,
จาก <http://home.kku.ac.th/uac/sme/smebasic.htm>

- Anastasi, Anne. (1982). **Psychological Testing 5 th ed.** New York : Macmillan Publishing
- Arne Olav Oyhus . 2003. **The Entrepreneurial Self-Image Lonely Rider or Social Team
Player? Comparing Entrepreneurs in Tanzania and Indonesia 1.** Journal of
Entrepreneurship, Vol.12,No.2, 201-223
- Christian Luthje,Nikolaus Franke. 2003 . **The ‘Making’ of an entrepreneur : Testing a
model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. R&D**
Oxford : Mar 2003.vol.33,Iss.2;pg 135.
- Collins Tonia Y,Ph. D., **Gender differences in entrepreneurship : A study of
entrepreneurship in two Midwestern counties.** Abstract. Capella University
,2007, United States –Minnesota
- Dafna Schwartz ,Ayala Malach-Pines .2007. **High Technology Entrepreneurs versus
Small Business Owners in Israel .** Journal of Entrepreneurship, Vol.16,No.1,
1-17 (2007)
- Don Y Lee, Eric W. K Tsang. 2001. **The effects of entrepreneurial personality,
background and network activities on venture growth.** Journal of
Management Studies, Volume 38 Issue 4 Page 583-602, June 2001
- Frese M. And Kruif,Mechelin D. 2000. **Success and Failure of Micro Business Owners in
Africa.** p18-25
- John B. Miner Eugene, Oregon. 2000. **Testing a Psychological Typology of
Entrepreneurship Using Business Founders.** The Journal of Applied
Behavioral Science,vol.36,No.1, 43-69 (2000)
- K.R.G Nair , Anu Pandey. 2006. **Characteristics of Entrepreneurs: An Empirical
Analysis.** Journal of Entrepreneurship, Vol.15,No.1, 47-61 (2006)

- Lau, Victor Pak-lung, Ph.D., . **Developing and validating the entrepreneurial career success scale and testing its antecedents and consequences in the context of Southeast Asian values.** Abstract. Hong Kong Polytechnic University. 2002, Hong Kong
- Singh, Satvir. 1989. **Personality Characteristics, Work Values, and Life Styles Of Fast- and Slow- Progressing Small-Scale Industrial Entrepreneurs.** The Journal of Social Psychology. Washington: dec 1989 Vol .129 Iss.6; pg.801
- Wayne H. Stewart,Jr. . 2007. **A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers.** Journal of Small business Management, Vol .45 Iss.4; pg.401-421,October 2007



ภาคผนวก







บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/๓๖๖

วันที่ 14 ตุลาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะคณบดีศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพร มณีศรีงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์นันทา สุรักษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาสณา จุลรัตน์ และ อาจารย์มณฑิรา จารุเพ็ง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบทดสอบ วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

จดหมายติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล



ที่ สร 0519.12



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

..... ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

เนื่องด้วย นางสาวฐฎกา สงวนวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพร มณีศรีจำ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES) ที่มาร่วมงานประชุมกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในวันที่ 10 ธันวาคม 2551 ห้อง boarding room 1 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เวลา 15.00 – 17.00 น. เพื่อทำแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2551

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวฐฎกา สงวนวงษ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-106-1978

ที่ ศธ 0519.12



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๑๑ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสมาคมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสตรีไทย (TWOSA)

เนื่องด้วย นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพร มณีศรีจำ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มาร่วมงาน SMEs TALK “ผู้ประกอบการ (หญิง) รุ่นใหญ่ พบผู้ประกอบการรุ่นใหม่” ที่จัดขึ้นที่ห้องศรีสุริยวงศ์ ชั้น 11 โรงแรมวันนา ในวันที่ 17 ธันวาคม 2551 เพื่อทำแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระหว่าง เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2551

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานกณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-106-1978

ที่ สร 0519.12/...



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุมนวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/5 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

เนื่องด้วย นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพร มณีศรีขำ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES) ที่มาร่วมงาน “เจาะตลาดญี่ปุ่น” โรงแรมจัสมิน เวลา 12.30 - 18.30 น. จัดโดยสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ทำแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระหว่างเดือนธันวาคม 2551

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-106-1978

ที่ ศช 0519.12/ 10498



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙๒ พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขออนุมัติเพื่อการศึกษาวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เนื่องด้วย นางสาวณัฐกา สวนวนงษ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การสร้างแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพร มณีศรีขำ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย โดยขอให้ผู้ประกอบการ งานเสวนา SMEs Talk ที่ทางโครงการส่งเสริมและพัฒนาความรู้แก่ผู้ประกอบการ SMEs จัดขึ้นที่ อาคารอัมรินทร์พลาซ่า ปทุมวัน วันอังคารที่ 18 พฤศจิกายน 2551 ทำแบบทดสอบแบบทดสอบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2551

จึงเรียนมาเพื่อขออนุมัติให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวณัฐกา สวนวนงษ์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-106-1978



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ-สกุล นางสาวณัฐกา สงวนวงษ์
 วันเดือนปีเกิด วันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2521
 สถานที่เกิด ประจวบคีรีขันธ์
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 61/17 ถนนพระราม 6 ซอยสวนเงิน แขวงพญาไท
 เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
 สถานที่ทำงาน สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท
 มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2535 มัธยมศึกษาปีที่ 3
 จากโรงเรียนพระหฤทัยดอนเมือง (มารีสวรรค์)
 พ.ศ. 2538 มัธยมศึกษาปีที่ 6
 จากโรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย
 พ.ศ. 2542 วารสารศาสตรบัณฑิต เอกหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 พ.ศ. 2552 การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ