Received: *16 March 2025*
Revised: *18 December 2025*
Accepted: *23 December 2025.*

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย
Characteristics of Entrepreneurs Affecting Success in Medium and Small Business: A Case Study of OTOP Entrepreneurs in Thailand

วิสสุตา สุนทรทัศน์[1] กัญชพร ศรมณี[2] และจุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์[3]
Wissuta Suntontut[1], Kanchaporn Sonmanee[2], Chuthathip Leelathanaphiphat[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่เป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท (2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า คุณลักษณะด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านการเข้าใจตนเอง ด้านความเป็นอิสระ และด้านความมุมานะอุตสาหะ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต และด้านอำนาจการตัดสินใจ ตามลำดับ (3) ด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ความสามารถในการขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องนั้นอยู่ในระดับที่มาก รองลงมา คือ ความสามารถในการทำยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าได้ผลกำไรค่อนข้างสูง และการมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อกระจายสู่กลุ่มเป้าหมาย สามารถให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ธุรกิจของท่านมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่เป็นไปตามเป้าหมาย ตามลำดับ 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า 6 ด้านที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้าน

[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การบริหารคนและกลยุทธ์องค์การ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
[1] Master of Business Administration student People management and organizational strategy Panyapiwat Institute of Management
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
[2]Assistant Professor Dr., Faculty of Management Science Panyapiwat Institute of Management
[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
[3] Assistant Professor Dr. at Panyapiwat Institute of Management

การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ด้านการเข้าใจตนเอง และด้านความมุมานะอุตสาหะ

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สินค้า OTOP

Abstract

The objective of this research is to investigate the entrepreneurial characteristics influencing the success of Small and Medium Enterprises (SMEs), specifically focusing on OTOP entrepreneurs in Thailand. This quantitative study utilized questionnaires to collect data from a sample of 400 OTOP entrepreneurs. Data were analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing through Multiple Regression Analysis (MRA). The findings revealed that: (1) The majority of entrepreneurs were female, aged 21-30, held a bachelor's degree, and earned an average monthly income of 30,001–40,000 Baht. (2) Regarding entrepreneurial characteristics, "Awareness of Potential Returns on Investment" received the highest level of agreement, followed by market insight, self-knowledge, independence, perseverance, persuasiveness, future planning, and decisiveness, respectively. (3) In terms of business success, the ability to continuously expand the business was rated highest, followed by achieving monthly sales targets, maintaining competitive profit margins, and ensuring financial liquidity. 4) Hypothesis testing indicated that entrepreneurial characteristics significantly influenced business success at the 0.01 level. Specifically, six dimensions demonstrated a statistically significant impact: persuasiveness, future planning, decisiveness, awareness of potential ROI, self-knowledge, and perseverance.

Keywords: Characteristics of Entrepreneurs, Success in Medium and Small Business, OTOP Entrepreneurs

บทนำ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลานั้นมีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว (สุธิดา เสถียรมาศ, 2555) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบเศรษฐกิจ สังคมของประเทศและสามารถสร้างรากฐานให้

ระบบเศรษฐกิจมีความมั่นคงและมั่งคั่งได้อย่างยั่งยืน (Schumpeter & Backhaus, 2003) เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก และลดปัญหาความแออัดจากการเติบโตของสังคมเมือง ทำให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ และสามารถปรับตัวเองให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561)

อย่างไรก็ตาม ด้วยการขยายตัวทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ในปัจจุบัน ทำให้สภาพแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญและก้าวผ่านไปให้ได้ หากปรับตัวไม่ทันจะทำให้เสียเปรียบในการแข่งขัน อาจทำให้ไม่สามารถอยู่รอดและปิดกิจการลงได้ ธุรกิจประเภทนี้เป็นกิจการที่บริหารงานสะดวก และคล่องตัวในการผลิตสินค้าและบริการ อันเนื่องมาจากธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่มักจะก่อตั้งตามชุมชน หรือท้องถิ่นต่างๆ ที่คนในพื้นที่มีความรู้ มีทักษะ มีความคุ้นชิน มีความเข้าใจถึงความต้องการของคนในท้องถิ่น และมีความสามารถในการดำเนินกิจการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ เป็นอาชีพที่อิสระ ผลประกอบการ หรือรายได้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความพยายามในการสร้างหรือผลิตสินค้าภายใต้สถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากทักษะที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการตลาดและวิถีของคนในท้องถิ่น เป็นอาชีพที่อิสระ กำไรที่เกิดจากรายได้เป็นผลตอบแทนที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพยายาม มานะอดทนในการทำงานภายใต้สภาพแวดล้อม ในยุคของการแข่งขันที่ไม่หยุดนิ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการ (ธนวุฒิ พิมพ์กิ และ จันทนา ฤทธิ์สมบูรณ์,2556) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการจึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานที่เหนือกว่าคู่แข่งขันนำพาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จและมีความเติบโตได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถทักษะและความเชี่ยวชาญในการบริหารธุรกิจให้ทันกับสภาวะการแข่งขันในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กลายเป็นกระแสของโลกธุรกิจในปัจจุบัน อันเนื่องมาจากการดำเนินการในสิ่งใหม่ๆ ที่นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างในโลกธุรกิจส่งผลให้องค์การ พัฒนานวัตกรรม และดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัตในทุกองค์การสามารถพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการขององค์การได้ด้วยการสนับสนุนพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์การให้เกิดขึ้นในตัวของบุคลากรทุกคน (Employee Entrepreneurship) ซึ่งการให้ความสนใจกับการสร้างความเป็นผู้ประกอบการในตัวบุคลากร (Intrapreneurship) กำลังเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) จึงเป็นบุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจขึ้นด้วยตนเอง และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสามารถนำพาธุรกิจให้ผ่านพ้นกับอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งความเสี่ยง และการควบคุมการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (วิมพ์วิภา เกตุเทียน, 2556)

อย่างไรก็ตามจากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงประสบปัญหาหลายประการไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีคุณสมบัติหลายประเภททั้งความเป็นผู้นำ การกล้าได้กล้าเสีย ต้องเป็นนายของตัวเอง การรักความท้าทาย รักความเป็นอิสระ มีระเบียบวินัยในตัวเองสูง ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม และความสามารถในด้านการจัดการองค์กร การเงิน การบัญชี การตลาด

บุคลากร ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ควรมีบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและอยู่รอดในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงซึ่งผู้ประกอบการยังเป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่ เป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ เป็นผู้ที่มี ความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าใหม่ เกิดผู้บริโภคใหม่ มีการเสาะแสวงหาตลาดหรือ ช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอย่างสม่ำเสมอหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้นคุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะ เป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการและเป็นแนวพฤติกรรมการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวมผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ (Hisrich, & Shepherd, 2013) ดังนั้น การหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ และทราบถึงจุดเด่นและจุดอ่อนของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถรวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (ฝนทิพย์ ฆารไสว และคระ, 2554) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) ที่ดีจะจะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางให้กับคนรุ่นใหม่ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง และผู้วิจัยเองก็เป็นผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวข้างต้นด้วย ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ รวมถึงตนเอง สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง พัฒนาธุรกิจ พัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการเชิงกลยุทธ์ที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความเจริญเติบโตอย่างมีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโอทอปในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 87,468 รายในปี 2563 (ข้อมูลการลงทะเบียนโอทอป กรมการพัฒนาชุมชน, 2563)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกจากประชากรด้วยวิธีอย่างง่าย และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวนจากสูตรของ Taro Yamane ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง (Yamane,1973)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จากงานวิจัยและเอกสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับงานวิจัย

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง (Insight into the Market: IN) ความสามารถในการโน้มน้าว (Ability to Persuade: AP) การวางแผนเพื่ออนาคต (Planning for the Future: OF) ความเป็นอิสระ (Independence: IND) อำนาจการตัดสินใจ (Decisiveness: DE) การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Awareness of Potential Returns on Investment: ROI) การเข้าใจตนเอง (Self-knowledge: SK) และความมุมานะอุตสาหะ (Perseverance: PE)

ขอบเขตด้านสถานที่ สำหรับสถานที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริษัท/ร้านค้า ขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทผู้ประกอบการโอทอป (OTOP)

ขอบเขตด้านระยะเวลา สำหรับระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2565 ถึงเดือนธันวาคม 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมุ่งศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโอทอปในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 87,468 รายในปี 2563 (ข้อมูลการลงทะเบียนโอทอป กรมการพัฒนาชุมชน, 2563)

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรดังนี้ (Yamane, 1973)

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทผู้ประกอบการโอทอป (OTOP) ในประเทศไทย 400 ราย โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

อย่างง่าย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสะดวก และเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์มากที่สุดเพื่อใช้ในการประมวลผลข้อมูลจำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้นจากการวิจัย ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยที่ข้อคำถามได้คลอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยและแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจโอทอป (OTOP) โดยวัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ของ ลิเคอร์ท สเกล (Likert Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยการให้คะแนนของแต่ละข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ประเภทธุรกิจโอทอป (OTOP) โดยวัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ของ ลิเคอร์ท สเกล (Likert Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยการให้คะแนนของแต่ละข้อคำถาม

การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหา(Content Validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่พิจารณาแบบสอบถาม ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.92 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ เพื่อให้แน่ใจว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละด้าน โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบและได้ค่า Cronbach’s Alpha เท่ากับ 0.926 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (Cronbach,1990).

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ OTOP ทราบและเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบ สอบถามพบว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้ง 400 ชุด จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมากำกับการลงรหัสแบบสอบถามในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยและนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติ ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีคำนวณโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) หรือตัวแปรเกณฑ์ (Criterion Variable) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) หรือตัวแปรพยากรณ์ หรือตัวแปรทำนาย (Predictor Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ในงานวิจัยนี้ใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีอายุระหว่าง 21 -30 ปีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75

2. ผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง	4.09	.813	มาก	2
2. ด้านความสามารถในการโน้มน้าว	4.03	.546	มาก	6
3. ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต	4.01	.411	มาก	7
4. ด้านความเป็นอิสระ	4.04	.625	มาก	4
5. ด้านอำนาจการตัดสินใจ	4.01	.503	มาก	8
6. ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	4.16	.698	มาก	1
7. ด้านการเข้าใจตนเอง	4.05	.553	มาก	3
8. ด้านความมุมานะอุตสาหะ	4.04	.549	มาก	5
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	**4.05**		**มาก**	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05)

เมื่อพิจารณาทั้งหมด 8 ด้าน ทำให้ทราบว่า ผลการสำรวจทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ($\overline{X}$ = 4.16) รองลงมา คือ ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ($\overline{X}$ = 4.09) ด้านการเข้าใจตนเอง ($\overline{X}$ = 4.05) ด้านความเป็นอิสระ และด้านความมุมานะอุตสาหะ ($\overline{X}$ = 4.04) ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ($\overline{X}$ = 4.03) ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต และด้านอำนาจการตัดสินใจ ($\overline{X}$ = 4.01) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านมีความสามารถในการทำยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนให้เป็นไปตามเป้าหมายได้	4.33	.675	มากที่สุด	2
2. กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่า ได้ผลกำไรค่อนข้างสูง	4.31	.667	มากที่สุด	3
3. สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่	4.06	.689	มาก	8
4. การหากลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือว่าได้รับผลตอบรับค่อนข้างดี เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4.17	.700	มาก	7
5. ท่านมีความสามารถในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อกระจายสู่กลุ่มเป้าหมาย สามารถให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้	4.22	.623	มากที่สุด	5
6. ท่านมีความสามารถในการขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	4.39	.707	มากที่สุด	1
7. ท่านมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ	4.31	.620	มากที่สุด	4
8. ธุรกิจของท่านมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่เป็นไปตามเป้าหมาย	4.19	.628	มาก	6
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	**4.25**	**.429**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้ ท่านมีความสามารถในการขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 4.39) รองลงมาคือ ท่านมีความสามารถในการทำยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ ($\overline{X}$ = 4.33) กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่า ได้ผลกำไรค่อนข้างสูง และการมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.31) ท่านมีความสามารถในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อกระจายสู่กลุ่มเป้าหมาย สามารถให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ($\overline{X}$ = 4.22) ธุรกิจของท่านมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่เป็นไปตามเป้าหมาย ($\overline{X}$ = 4.19) การหากลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือว่าได้รับผลตอบรับค่อนข้างดี เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ($\overline{X}$ = 4.17) และสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ($\overline{X}$ = 4.06) ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่เป็นการทดสอบหาความมีอิทธิพล ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย ดังสมมติฐานที่ว่า “คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (MRA) แสดงผลตามตารางที่ 3 นี้

ตารางที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	4.677	.361		12.953	.000**
1. ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง	-.051	.074	-.057	-.699	.485
2. ด้านความสามารถในการโน้มน้าว	.287	.099	.287	2.896	.004**
3. ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต	-.192	.071	-.203	-2.712	.007**
4. ด้านความเป็นอิสระ	.093	.101	.070	.926	.355

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
5. ด้านอำนาจการตัดสินใจ	.204	.073 .	207	2.798	.005**
6. ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	-.382	.075	-.310	-5.102	.000**
7. ด้านการเข้าใจตนเอง	-.218	.079	-.171	-2.772	.006**
8. ด้านความมุมานะอุตสาหะ	-.199	.076	-.163	-2.608	.009**
R = .318 R^2 = .101 Adj R^2 = .087 S.E = .522 F = 7.373 Sig.= .000**					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการศึกษา พบว่า ได้ค่าปัจจัยที่มีอิทธิพล R^2 = .101 (ร้อยละ 10.10) คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 8 ด้าน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว (Beta = 0.287) ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต (Beta = -0.203) ด้านอำนาจการตัดสินใจ (Beta = 0.207) ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Beta = -0.310) ด้านการเข้าใจตนเอง (Beta = -0.171) และด้านความมุมานะอุตสาหะ (Beta = -0.163) ส่วนอีก 2 ด้านพบว่าไม่มีนัยสำคัญ คือ ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง กับด้านความเป็นอิสระ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่กล่าวมา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาผู้ประกอบการ OTOP ในประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป: ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ: ในภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทักษะด้านต่างๆ ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ($\overline{X}$ = 4.16) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การวางแผนเพื่ออนาคตและอำนาจการตัดสินใจ ($\overline{X}$ = 4.01)

ความสำเร็จของธุรกิจ: ผลการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.25) โดยความสำเร็จที่โดดเด่นที่สุดคือ ความสามารถในการขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 4.39) และความสามารถในการทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย ($\overline{X}$ = 4.33)

ผลการทดสอบสมมติฐาน: คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีตัวแปรที่มีอิทธิพลจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว การวางแผนเพื่ออนาคต อำนาจการตัดสินใจ การตระหนักในอัตราผลตอบแทน (ROI) การเข้าใจตนเองและความมุมานะอุตสาหะ ส่วนด้านการเข้าใจตลาดและความเป็นอิสระไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญในงานวิจัยนี้

อภิปรายผลการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการตระหนักถึงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ด้านการลงทุนและมีความเข้าใจตลาดสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิตาพร สุขโข และคณะ (2563) ที่มีผลการศึกษาที่ตระหนักถึงการลงทุนผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรายย่อย และคุณสมบัติของผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด มีอิทธิพลโดยรวมต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรายย่อย

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังให้ความสำคัญของการตระหนักถึงผลตอบแทนจากการลงทุน การที่คุณลักษณะด้านนี้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผลตอบแทนและความคุ้มค่าของการลงทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ OTOP หากผู้ประกอบการสามารถคำนวณและบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจก็จะสามารถสร้างกำไรและดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยของกิติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ (2562) ที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทีมงานขององค์กร Start up ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยต้องมีทีมงานที่มีการสื่อสารระหว่างทีมงานและผู้นำทีมงานที่มีความจงรักภักดีและผูกพันกับองค์กร ทีมงานที่มีเป้าหมายเดียวกับผู้นำ และทีมงานที่มีความเชื่อใจกันและกัน และทีมงานที่มีความคิดริเริ่ม อีกทั้งผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจ OTOP อยู่ในระดับสูงสุด โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการทำยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนให้เป็นไปตามเป้าหมายสิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่า หากผู้ประกอบการมีศักยภาพในการขยายตลาด

และรักษายอดขาย ธุรกิจย่อมมีโอกาสเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และการรักษาลูกค้าแม้ว่าการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และการรักษาลูกค้าเดิมจะมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าปัจจัยอื่น แต่ยังถือว่าอยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการ OTOP ยังคงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการตลาดให้ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเดิม เพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้าและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ เป็นไปตามผลการวิจัยของ Kyndt & Baert (2015) ที่แสดงถึงความสามารถของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีการประเมินและคาดการณ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจย่อมมีโอกาสเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว ซึ่งจะเป็นไปตามแนวทางการศึกษาของ Dahalana, Jaafarb, Asma & Rosdi (2013) ที่มีการเตรียมความพร้อมในการประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาของผู้ประกอบการ สำหรับส่วนของธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นขึ้นการค้นหาโอกาสทางธุรกิจเป็นความท้าทาย การพัฒนาความคิดทางธุรกิจเป็นสิ่งที่จำเป็นก่อนที่จะเข้าไปในธุรกิจ จนทำให้เกิดเป็นบทเรียนสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการ OTOP มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ แต่ยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมในบางด้าน เช่น การวางแผนเพื่ออนาคต และการมีอำนาจตัดสินใจที่เด็ดขาด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีความมั่นคงมากขึ้น การส่งเสริมความสามารถในการบริหารจัดการและการตลาด รวมถึงการสนับสนุนด้านเงินทุนและเครือข่ายทางธุรกิจ จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ ในส่วนของอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อิทธิพลโดยรวมของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางธุรกิจ จากผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการสินค้า OTOP มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับหนึ่ง แม้ค่า R^2 จะไม่ได้สูงมาก แต่ยังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคคลของผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งหมายความว่าการพัฒนาคุณลักษณะเหล่านี้อาจช่วยให้ธุรกิจ OTOP เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sebora, Lee & Sukasame (2009) ที่ได้ศึกษาไว้ว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทยได้มาจากแนวคิดด้านคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ ได้แก่การมุ่งเน้นความสำเร็จ การสร้างความเชื่อมั่น การใช้งานง่าย การมุ่งเน้นความสำเร็จ และการบริการตนเองของลูกค้า นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันกับธีทัต ตรีศิริโชติ (2564) ที่ได้นำเสนอถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านพัฒนาระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ประกอบด้วย 12 ลักษณะ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความรอบรู้ ความเป็นตัวของตัวเอง ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ความมีนวัตกรรม ความมุ่งมั่นอดทน ความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง ความมั่นใจในตนเอง ความสามารถในการบริหาร การเรียนรู้จากประสบการณ์และความรับผิดชอบและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการด้านพัฒนาระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์

ผลการวิจัยยังแสดงชี้ชัดว่าคุณลักษณะที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จมี 6 ด้านของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านความสามารถในการโน้มน้าวช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดึงดูดลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และนักลงทุน ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต การมีวิสัยทัศน์ระยะยาวทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างมั่นคง ด้านอำนาจการตัดสินใจความเด็ดขาดในการตัดสินใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการเข้าใจตนเองส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและปรับปรุงจุดแข็งของตนเอง ด้านความมุมานะอุตสาหะความพยายามและความไม่ย่อท้อเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต มีความสัมพันธ์สอดคล้องกันกับงานของ Hao Zhaoand Scott E. Seibert (2006) ที่ได้ผลลัพธ์ของลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้งการวางแผน การตัดสินใจ การเข้าใจตนเอง และความมุมานะจนทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาและผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสร้างข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. บทบาทของการบริหารและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มาพร้อมกับความสามารถในการตัดสินใจ การวางแผน และการบริหารจัดการทางการเงิน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ OTOP ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าความสามารถในการบริหารจัดการเป็นกุญแจสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นการพัฒนาทักษะด้านนี้ให้กับผู้ประกอบการ

2. แนวทางในการพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมและสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP ได้ โดยควรเน้นการพัฒนา ทักษะการเจรจาต่อรอง ความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความอดทนและมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืน

3. พัฒนาโปรแกรมอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ควรมีการจัดอบรมที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะการโน้มน้าวใจ การเจรจาต่อรอง และการสื่อสาร เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ขยายฐานลูกค้า และเพิ่มโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น

4. ส่งเสริมการวางแผนธุรกิจและกลยุทธ์ระยะยาว ควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีทักษะด้านการวางแผนธุรกิจที่ชัดเจน ผ่านการอบรมด้าน การจัดทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ความเสี่ยง และการบริหารจัดการทางการเงิน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีเป้าหมายและเติบโตอย่างยั่งยืน

5. เสริมสร้างทักษะการตัดสินใจทางธุรกิจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาโปรแกรมที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถ วิเคราะห์ข้อมูลตลาด ตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และบริหารความเสี่ยง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

6. ส่งเสริมความเข้าใจด้านการลงทุนและการเงิน เนื่องจาก การตระหนักในผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นปัจจัยสำคัญ ควรมีการจัดอบรมหรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ การบริหารเงินทุน การวางแผนการลงทุน และการควบคุมต้นทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างกำไรสูงสุด

7. กระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาตนเองและสร้างความมุ่งมั่น ควรมีโครงการสนับสนุนที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP ตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง เพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมหรือเครือข่ายผู้ประกอบการอาจช่วยสร้างแรงบันดาลใจและสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาและผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ OTOP ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายของภาครัฐ เทคโนโลยีดิจิทัล หรือแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ OTOP อย่างไร

2. ศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการร่วมกับปัจจัยด้านการตลาด ควรขยายขอบเขตการศึกษาถึง กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การสร้างแบรนด์ และการพัฒนาช่องทางจำหน่าย ว่ามีบทบาทอย่างไรในการเสริมสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการ

3. วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความยั่งยืนของธุรกิจ OTOP และควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสามารถในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว รวมถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสังคม หรือศึกษาความแตกต่างของผู้ประกอบการ OTOP ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยเพิ่มเติม

4. ควรมีการเปรียบเทียบผู้ประกอบการใน แต่ละภูมิภาค ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ OTOP ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจช่วยให้ภาครัฐสามารถกำหนดนโยบายส่งเสริมที่เหมาะสม

5. วิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จ ควรมีการศึกษาผู้ประกอบการ OTOP ที่ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค และหาแนวทางแก้ไขหรือช่วยเหลือให้ธุรกิจสามารถฟื้นตัวได้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.(2563).ข้อมูลลงทะเบียน OTOP. สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน.

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์, เฉลิมเกียรติ วงศ์วนิชทวี, บุรินทร์ สันติสาส์น.(2562).คุณลักษณะของทีมงานของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. *RMUTT Global Business and Economics Review*.14(2),47-60

ฐิตาพร สุขโข สุดาวรรณ สมใจ และชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2563). คุณสมบัติของผู้ประกอบการมุ่งเน้นการตลาดความสามารถดานการตลาดและความได้เปรียบในการแขงขัน ที่มีผลตอผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการรายย่อย.วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร.9(4),1565-1579 https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/243452/169914

ธนวุฒิ พิมพ์กิ และ จันทนา ฤทธิ์สมบูรณ์.(2556).การประยุกต์ใช้แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัย มสด*,10(1),1-21 https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/29227/25126

ธีทัต ตรีศิริโชติ (2564). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ต่อการดำเนินธุรกิจ. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 16(2),49-64

ฝนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ.ไว จามรมาน (2554).การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรสวร.*7(1),39-50 https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/54659/45367

วิมพ์วิภา เกตุเทียน.(2556).คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออก เฉียงเหนือตอนล่าง. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชมงคลเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สุธิดา เสถียรมาศ.(2555).การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงานบุคลาการเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SME s. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2561).ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ. สืบค้นจาก http://sme.go.th.

Cronbach, L.J. (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York: Harper Collins.

Dahalan N., Jaafar M., & Rosdi, S.A.M. (2013). Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 91(2013), 403-410.

Hao Zhao and Scott E. Seibert (2006). Journal of Applied Psychology Volume 91, Issue 2, March, Pages 259-271

Hisrich, R.D., Peters, M.P., and Shepherd, D.A. (2013). Entrepreneurship. New York: McGraw-Hill.

Kyndt, E., & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competences: Assessment and predictive value for entrepreneurship. Journal of Vocational Behavior, 90, 13-25.

Schumpeter,J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. Joseph Alois Schumpeter, 61-116.

Sebora, T. C., Lee, S. M., & Sukasame, N. (2009). Critical Success Factors for E-Commerce Entrepreneurship: An Empirical Study of Thailand. Small Business Economics, 32(3), 303-316.

Yamane, Taro. (1973). Statistics an Introductory Analysis. 3rd Ed. New York : Harper & Row, Publishers, Inc.