

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า
บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน)

The Indicative Characteristics of Successful Entrepreneurs at True
Corporation Public Company Limited.

ทิบตี ทัพทกรณ์¹

Tibadee Tanhakorn

tibadee@gmail.com

ประสพชัย พสุนนท์²

Prasopchai Pasunon

Received: 07-01-2018

Revised: 17-05-2018

Accepted: 17-07-2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้จัดการประจำร้านค้า จำนวน 67 คน จำนวนทั้งสิ้น 80 สาขา ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางเครจซี่และมอร์แกน โดยใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด

¹ ผู้จัดการบริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน)

Manager of True Corporation Public Company Limited

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

This research aims to study the indicative characteristics of entrepreneurs who have induced and contributed to trading success at True Corporation Public Company Limited. Sampling 67 cooperative store managers in over 80 branches, a quantitative questionnaire was conducted. The sample size estimation of Krejcie and Morgan was consequently applied - using percentage, frequency, standard deviation, correlation and multiple linear regression. A statistically significant test showed a level of 0.05 for the indicative characteristics of both success-inducing entrepreneurs and success-contributing entrepreneurs at True Corporation Public Company Limited.

Keywords: Entrepreneur, Characteristic, Trading, Success, True Corporation.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่ สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเข้ามามีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในหลายประเทศให้ความสำคัญโดยกำหนดนโยบายและมุ่งในการศึกษาวิจัยเนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นรากฐานของเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจการจ้างงานและมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ คือ ช่วยในการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเงินตราต่างประเทศ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ สร้างเสริมประสบการณ์ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น ภาคเกษตรกรรม และเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ (สุธิตา เสถียรมาศ, 2555)

ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีความเชื่อมโยงและมีบทบาทสำคัญต่อศักยภาพการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ จากผลสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการทั่วประเทศว่าผู้ประกอบการ SMEs ในปี 2558 มีการจด

ทะเบียน จัดตั้ง จำนวน 60,147 ราย เพิ่มขึ้น 679 ราย คิดเป็น 1% เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 59,468 ราย และเมื่อพิจารณาการจดทะเบียนจัดตั้งในเดือนธันวาคม 2558 มีผู้ยื่นขอจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนบริษัททั่วประเทศ จำนวน 3,237 ราย ลดลง 1,283 ราย คิดเป็น 28% เมื่อเทียบกับเดือน พฤศจิกายน 2558 ซึ่งมีจำนวน 4,520 ราย และลดลง 84 ราย คิดเป็น 3% เมื่อเทียบกับเดือน ธันวาคม 2557 ซึ่งมีจำนวน 3,321 ราย สำหรับนิติบุคคลที่จดทะเบียนเลิกทั่วประเทศในเดือน ธันวาคม 2558 มีจำนวน 5,805 ราย (ชุดิมา และธนชชา, 2557)

การดำเนินกิจการธุรกิจผู้มีบทบาทก็คือ ผู้ประกอบการย่อมมีความสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในระบบธุรกิจทั้งภายใน และระหว่างประเทศ ทำให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานมีความสำคัญในการเพิ่มความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญที่บรรดาผู้บริหารต่างไขว่คว้า แต่การที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเองกลับเป็นสิ่งที่ท้าทายกว่า เพราะจะได้รับการยอมรับเป็นวงกว้างอีกทั้งนำพามาซึ่งเกียรติยศชื่อเสียงที่จะได้รับการกล่าวถึงกันไปอีกนาน (ฝนทิพย์ ฆารไสว, 2554)

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน 2533 ในฐานะผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานภายใต้สัญญาความร่วมมืองานและร่วมลงทุนกับบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในปี 2536 บริษัทได้เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในชื่อบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในเดือนเมษายน 2547 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยน

ภาพลักษณ์ภายใต้แบรนด์ ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์สินว่า TRUE ยุทธศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ทำให้ทูมีเอกลักษณ์โดดเด่นและแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นๆ ด้วยการผสานบริการสื่อสารแบบครบวงจรเข้ากับคอนเทนต์ที่หลากหลาย และยุทธศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ยังเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการและทำให้ลูกค้ามีความผูกพันกับการบริการและสามารถใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆของกลุ่มได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และยุทธศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ให้คุณค่าแก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนสร้างความเติบโตและเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัททั้งในระยะกลางและระยะยาวเพื่อดึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น แต่ธุรกิจจะเกิดประสิทธิภาพได้จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน (ทิวดี และประสพชัย, 2559)

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังมีปัญหาหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีคุณสมบัติหลายประเภท ความเป็นผู้นำ การกล้าได้กล้าเสีย ต้องเป็นนายของตัวเอง การรักความท้าทาย รักความเป็นอิสระ มีระเบียบวินัยในตัวเองสูง ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม และควรมีความสามารถในด้านการจัดการองค์กร การเงิน การบัญชี การตลาด บุคลากร ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ควรมีบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและอยู่รอดในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง

ซึ่งผู้ประกอบการยังเป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่ เป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้ประกอบการใหม่ มีการเสาะแสวงหาตลาด หรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนว

พลติกรรมการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม ผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้นการพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพ และเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถ รวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (ฝนทิพย์ ชูไรสว, 2554)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) ที่ดีจะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการประกอบการ ประเมินได้จากคุณลักษณะต่างๆ ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของ Frese (2000) ดังนี้ (1) ความเป็นตัวของตัวเอง (2) ความมีนวัตกรรม (3) ความกล้าเสี่ยง (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (5) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการ และ (6) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้าบริษัททูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อจะเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความเจริญเติบโต สามารถยกระดับกิจการของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ และเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้าบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้าบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

นิยามศัพท์

ข้อมูลทั่วไป หมายถึง ข้อเท็จจริงและต่อเนื่อง ตัวอย่างของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ และตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบประกอบธุรกิจ เช่น ประเภทของสินค้าที่ขาย จำนวนพนักงาน ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพค้าขาย

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง เป็นบุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเองด้วยตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุมการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์, 2547)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการประกอบการ ประเมินได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของ Frese (2000) ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถที่จะนำตนเองไปสู่โอกาสและสามารถทำงานได้ด้วยตัวเอง ตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้าแบบดั้งเดิม การบริการและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง ความกล้าในการตัดสินใจ ทำกิจกรรมภายใต้

สภาวะที่ไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งอาจประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวเท่ากัน และยอมรับความเสี่ยงได้เพื่อหวังผลกำไรของการดำเนินงาน

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง การที่มีความมุ่งมั่นสูงในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความพยายามล้ำหน้า และมีการบริหารจัดการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

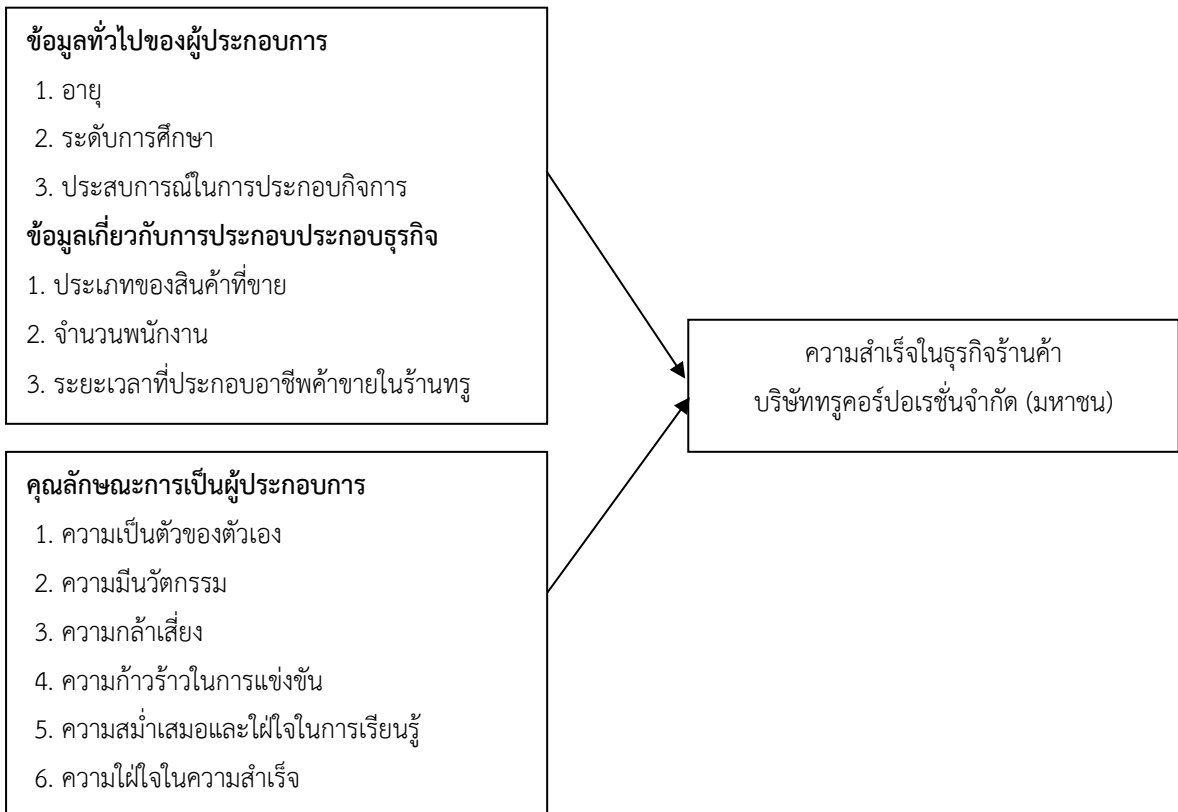
5. ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับตนเอง และนำข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง เป็นผู้ที่มีมองหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ หรือให้ความสำคัญกับหนทางไปสู่ความสำเร็จ ขอบงานท้าทาย และมีแรงจูงใจในการดำเนินงานนั้น ๆ ให้ได้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จจำกัด (มหาชน)

ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า หมายถึง การที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ยึดหลักทฤษฎีคุณลักษณะผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Frese (2000) ดังนี้ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์ คอร์-ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการศึกษาดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

การวิจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) จะเป็นประโยชน์ดังนี้

1. เป็นการเพิ่มพูนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่สำคัญที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งผลต่อแนวทางที่ชัดเจนของประเทศไทยให้มีคุณภาพมากขึ้น

2. เพื่อจะได้ทราบคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจวางแผนส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จัดการประจำร้านค้า จำนวน 80 คน บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากจำนวนทั้งสิ้น 80 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2560)

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้จัดการประจำร้านค้า จำนวน 67 คน จากกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan (1970) ระบุว่าถ้า

ประชากรมีขนาดเท่ากับ 80 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะเท่ากับ 66 คน

1.3 ประเภทการสุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ได้แก่ พนักงานบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 67 คน ในตำแหน่งผู้จัดการประจำร้านค้า

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ส่วนที่ 3 ใช้เก็บข้อมูลที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 4 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการ (Rating Scale) ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งจากการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตรงเชิงเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้อยู่ในช่วง 0.60-1 แสดงถึงเครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยงตรงอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการร้านค้าทรู จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ได้เท่ากับ 0.802 แสดงถึงเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบแบบสอบถามแต่ละรายการ จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโปรแกรม

สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ด้วยสถิติเชิงบรรยาย การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค่าสถิติทดสอบแบบพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression) สถิติวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (X) ซึ่งประกอบด้วย (1) ความเป็นตัวของตัวเอง (2) ความมีวินัย (3) ความกล้าเสี่ยง (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และ (6) ความใส่ใจในความสำเร็จ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ จำนวนร้อยละและความถี่ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการของผู้จัดการร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ระดับการศึกษา ส่วนมากจบปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6 ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ อยู่ช่วง 1-5 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ จำนวนร้อยละและความถี่ ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจพบว่า ประเภทสินค้าที่ขายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริการหลังการขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

ในร้านมีจำนวนพนักงานมากกว่า 10 คนขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 และระยะเวลาที่ประกอบอาชีพค้าขายในร้านทรู 1-5 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ความเป็นตัวของตัวเอง	4.09	0.54	มาก	5
2. ความมีนวัตกรรม	4.18	0.66	มาก	3
3. ความกล้าเสี่ยง	4.08	0.66	มาก	6
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	4.10	0.57	มาก	4
5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	4.30	0.51	มาก	2
6. ความใส่ใจในความสำเร็จ	4.32	0.51	มาก	1

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ความใส่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.51) ความมี

นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D. = 0.66) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.57) ความเป็นตัวของตัวเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.54) และความกล้าเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปลักษณะ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. คุณภาพสินค้าและบริการของท่านสามารถแข่งขัน	4.34	0.48	มาก	2
2. ธุรกิจของท่านมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.37	0.52	มาก	1
3. ธุรกิจของท่านมีระบบบริหารเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ	4.25	0.56	มาก	5
4. ธุรกิจของท่านมีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้น	4.28	0.62	มาก	4
5. ลูกค้าของท่านมีความจงรักภักดีต่อสินค้ามากขึ้น	4.30	0.55	มาก	3
รวม	4.31	0.44	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ภาพรวมความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจของท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D. =

0.52) รองลงมา คือ คุณภาพสินค้าและบริการของท่านสามารถแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (S.D. = 0.48) ลูกค้าของท่านมีความจงรักภักดีต่อสินค้ามากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.55) ธุรกิจของท่านมีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D. = 0.62) และธุรกิจของ

ท่านมีระบบบริหารเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 3 ตารางสรุป ค่าสหสัมพันธ์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	
	r	Sig.
1. ความเป็นตัวของตัวเอง	0.48	0.00
2. ความมีนวัตกรรม	0.40	0.00
3. ความกล้าเสี่ยง	0.60	0.00
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	0.47	0.00
5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	0.39	0.00
6. ความใส่ใจในความสำเร็จ	0.42	0.00

มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

กับความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)				
	(β)	S.E	b	T	Sig
1. ความเป็นตัวของตัวเอง	0.070	0.140	0.056	0.402	0.689
2. ความมีนวัตกรรม	-0.164	0.119	-0.109	-0.913	0.365
3. ความกล้าเสี่ยง	0.666	0.134	0.438	3.261	0.002*
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	-0.061	0.153	-0.047	-0.304	0.762
5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	0.186	0.147	0.158	1.072	0.288
6. ความใส่ใจในความสำเร็จ	-0.095	0.155	-0.078	-0.506	0.615

R = .618 adjusted R² = 0.320 F = 6.171 p < 0.05 (0.002* Sig มากสุด)

มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ทั้งนี้ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.320 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 32.0 ซึ่งมีค่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.618 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.320 โดยมีตัวแปรแปรความกล้าเสี่ยง ($\beta = 0.666$) มากที่สุด รองลงมา คือ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ($\beta = 0.186$) ความเป็นตัวของตัวเอง ($\beta = 0.070$) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ($\beta = -0.061$) ความใส่ใจในความสำเร็จ ($\beta = -0.095$) และความมีนวัตกรรม ($\beta = -0.164$) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทสรุป

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) คุณลักษณะของผู้ประกอบการได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีเป้าหมายชัดเจน มีความมุ่งมั่นสูงที่จะทำสิ่งนั้นให้สำเร็จ มีความอ่อนน้อมไม่ถือตัว มีภาวะผู้นำ กล้าเสี่ยง และกล้าที่จะตัดสินใจ ทำงานเร็ว รวมถึงมีสัมพันธ์ที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา

อุปสรรค มีความฝัน ความคิดริเริ่ม และความคิดที่จะปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้นตลอดเวลาไม่คิดว่าธุรกิจที่ทำอยู่เป็นงานที่ต้องทำแต่เป็นงานที่อยากทำ เก่งในการรู้จักเลือกทีมงานที่ไว้วางใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สุวิทย์ อินเขียน (2559)

โอกาสการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีเท่าเทียมกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญที่จะประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความใส่ใจในความสำเร็จสูง และมีความกล้าเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ และพัฒนาให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลวิภา เกตุเทียน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลาง มีจำนวน 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมีนวัตกรรม ปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการปัจจัยความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ปัจจัยความใส่ใจในความสำเร็จ ซึ่งสามารถรวมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ได้ทำการศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง ได้อธิบายว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางด้านบวก กับการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลาง

ผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการคือบุคคลที่จัดองค์การและการจัดการและรับผลของความเสียหายทางธุรกิจ หรือกิจการบุคคลที่สนใจกับการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากความต้องการความสำเร็จ หวังผลกำไรจากการดำเนินงาน และความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะในด้านการคิดริเริ่ม พัฒนาความรู้ทักษะ การบริหาร คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จต้องมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จทุ่มเทสติปัญญาความสามารถอย่างสม่ำเสมอ มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ สามารถ

นำเอาความรู้จากประสบการณ์และผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในอดีต นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานปัจจุบันและอนาคตและมองเหตุการณ์ต่างๆเป็นโอกาสที่ได้เรียนรู้ มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ ของณัฐ อมรภิญโญ (2557) และ ชลิตา บุญภา (2557)

สมมติฐานที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความกล้าเสี่ยง ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความเป็นตัวของตัวเอง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความใส่ใจในความสำเร็จและความมีนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) คุณลักษณะของผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาสเพราะผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่มีความสามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจในภาวะที่บีบบังคับ ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะมีความสามารถในการต่อรองได้ มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้เพื่อหาความรู้ให้ตัวเอง กล้าซื้อทรัพย์สินจำนวนมากในการก่อตั้งธุรกิจและกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมาก มีความมุ่งมั่นสูงในการก้าวล้ำคู่แข่ง ทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพและและพัฒนาสินค้าเหนือคู่แข่งในตลาดอย่างสม่ำเสมอ มีความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นและนำข้อบกพร่องดังกล่าวมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Coulter, M. K. (2003)

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีบทบาทในการเป็นผู้นำที่เด่นชัดโดยเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมและก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การเป็นผู้นำถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ เพราะการเป็นผู้นำถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จใน

การบริหารจัดการ ผู้ประกอบการต้องนำความรู้ความชำนาญที่มีอยู่มาใช้ในการดำเนินงาน จัดการกับทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆและมองหาโอกาสทางธุรกิจ ประกอบต้องวิเคราะห์ทิศทางของตลาดเพื่อหาช่องทางซึ่งช่องทางนั้นต้องเป็นตลาดที่มีศักยภาพในโลกธุรกิจ และต้องหานวัตกรรมใหม่มาปรับใช้ในองค์กร โดยนวัตกรรมนั้นอาจจะนำมาปรับใช้ในหลายๆด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ แนวทางการบริหารจัดการผลผลิต การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล การบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Robbins, P.S. (2005)

อย่างไรก็ตามความสำเร็จและความล้มเหลวของการดำเนินธุรกิจเป็นผลมาจากผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการควรมีความสามารถจัดการ ประสบการณ์ และคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการของตนเองให้ใหม่เป็นที่ต้องการและมีคุณภาพดี ซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง รวมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากมีการแข่งขันสูงในกลุ่มผู้ประกอบการและการดำเนินงานในทุกด้านเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ภายใต้การแข่งขันในปัจจุบัน การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง เพื่อให้ทราบว่ามีใคร เป็นคู่แข่งทางธุรกิจ และมีการปรึกษากับผู้ที่เชี่ยวชาญทางการตลาด เพื่อหาความต้องการในตลาดอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีความสามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากการซื้อของลูกค้า เพื่อที่นำเสนอสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความเข้าใจลูกค้าถึงความต้องการสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ Longencker, Justin, Moore, and Petty (2003)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษา เรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของร้านค้าดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับเทียบเคียงหรือใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการ โดยการนำผลวิจัยดังกล่าวไปใช้นั้น ควรคำนึงถึงขนาดและบริบทขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ด้วย เพื่อให้ผลที่ได้รับเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อประโยชน์อันสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อประสบความสำเร็จในแนวเจาะลึกในด้านต่าง ๆ ให้ละเอียดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าว ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จ เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่าง

มาก หากทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้มากยิ่งขึ้นจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้พัฒนาองค์การต่อไปในอนาคต และในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ

ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เช่น ทักษะของผู้ประกอบการ ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สัญชาตญาณของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการสินค้า เป็นต้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บรรณานุกรม

- ชุตินา หวังเบญญะหมัด และ ธนัชชา บินดุเหล็ม. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาการจัดการ, 1*(1), 147-158.
- ชลิตา บุญญา. (2557). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- ณัฐ อมรภิญโญ. (2557). รูปแบบการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี, 9*(3), 57-66.
- ทิปดี ทังทรกรณ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟทรู (True Coffee) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 6*(3), 169-180.
- พนทิพย์ ชาริไสว. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7*(1), 39-50.
- วิมลวิภา เกตุเทียน. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. นครราชสีมา.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เกษภูงาภิรักษ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8*(2), 967-988.
- สุธิดา เสถียรมาศ. (2555). *การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงานบุคลากรเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ความสัมพันธ์กับความสําเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- Coulter, M. K. (2003). *Entrepreneurship in action* (2nd ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.



- Frese, Michael. (2000). *Success and Failure of Micro business Owners in Africa. A Psychological Approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- Longencker, Justin, Moore, and Petty J.W. (2003). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. (12th ed). OH: Thomson/South-Western.
- Robbins, P.,S. (2005). *Management* (8th ed.). Englewood, NJ: Prentice-Ha