

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ และงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัยโดยแบ่งสาระต่างๆดังนี้

- 1.แนวความคิดและความหมายของความเป็นผู้ประกอบการ
- 2.องค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
- 3.แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา กับการเตรียมความพร้อมอุดมศึกษา

รองรับการเป็นประชาคมอาเซียน

- 4.ยุทธศาสตร์ 5 ปี (2555-2559) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
- 5.แนวความคิดและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

แนวความคิดและความหมายของความเป็นผู้ประกอบการ

จากพจนานุกรมภาษาอังกฤษของออกฟอร์ด (Oxford University, 1998 อ้างถึงใน ปรัชนันท์ กังวานเบ็ญศักดิ์, 2550) ให้ความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ว่า ผู้ซึ่งพยายามสร้างกำไรจากการการเสี่ยงและความคิดริเริ่มด้วยตนเอง อันมี ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างที่แตกต่างกันในด้านคุณค่า โดยอุทิศเวลาและความอดสาหะรวมทั้งปัจจัยด้านการเงิน จิตวิทยาและความเสี่ยงทางสังคม เพื่อผลกำไร ความพึงพอใจ และความอิสระ (Hisrich, 1998,p 9 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) สอดคล้องกับ นักวิชาการต่างประเทศที่ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ” อยู่หลากหลาย เช่น Pickel and Abrahamson (1989 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) กล่าวถึงผู้ประกอบการคือ ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก จัดตั้ง และดำเนินงานธุรกิจโดยเผชิญกับความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงาน และ Bygrave (1994 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันว่า คือผู้ที่มองเห็นโอกาส และสร้างองค์กรหรือบริษัทขึ้นมาเพื่อดำเนินตามโอกาสนั้น

อีกความหมายของ คำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มีจุดเริ่มต้นมาจากคำว่า Entrepreneurship ซึ่งเป็นคำในภาษาฝรั่งเศสหมายถึง “ผู้นำเอานวัตกรรม การเงินและไหวพริบทาง

ธุรกิจ มาพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นสินค้าเศรษฐกิจ” (One who undertakes innovations, finance and business acumen in an effort to transform innovations into economic goods) ซึ่งอาจทำโดยการส่งเสริมในองค์กรใหม่ หรือบางส่วนขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อโอกาส (Scott, 2008 อ้างถึงใน กฤตกร จิระกานเมศ)

การทำความเข้าใจถึงความหมายความสนใจเป็นผู้ประกอบการ ควรเริ่มทำความเข้าใจถึงความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และ ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เสียก่อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทบทวนวรรณกรรมถึงความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการและความเป็นผู้ประกอบการ จากนักวิชาการที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศเพิ่มเติม และสรุปไว้ในตารางที่ 1.1 และตารางที่ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 2-1 แสดงความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

นักวิชาการ	ความหมาย
MCClelland (1961)	คือ บุคคลผู้ซึ่งบริหารจัดการองค์กร และ/หรือเพิ่มความสามารถทางด้านประสิทธิผล
Howell (1972)	คือ บุคคลหรือกลุ่มคน ผู้ซึ่งค้นพบธุรกิจใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนมีส่วนได้เสียต่อการถือครองเป็นเจ้าของและมีเจตนารมณ์ที่จะพัฒนาและบริหารงานด้วยตนเอง
Lachman (1980)	คือ ผู้ที่ใช้การผสมผสานของปัจจัยการผลิต เพื่อสร้างตราสินค้าใหม่ในอุตสาหกรรม
Bygrave (1994)	คือ ผู้มองเห็นโอกาสและสร้างองค์กรหรือบริษัทขึ้นมาเพื่อดำเนินตามโอกาสนั้น
Sullivan และ Steven (2003)	คือ บุคคลผู้เป็นเจ้าขององค์กรใหม่หรือความคิดใหม่ ซึ่งแบกรับความรับผิดชอบที่สำคัญในเรื่องของความเสี่ยงและผลลัพธ์
Kuratko และ Hodgetts (2007)	คือ นวัตกรรมหรือนักพัฒนา ผู้ซึ่งรับรู้และไขว่คว้าโอกาสและเปลี่ยนแปลงโอกาสให้เป็นการดำเนินงาน มีการเพิ่มคุณค่าโดยอาศัยเวลา ความพยายาม เงิน หรือทักษะ สามารถประเมินความเสี่ยงจากการแข่งขัน และตระหนักถึงระบบการให้รางวัล

ตารางที่2-2 แสดงความหมายของคำว่าความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

นักวิชาการ	ความหมาย
Schumpeter (1934)	คือ เป็นการกระทำเพื่อสรรหาธุรกิจใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน
Howell (1997)	คือ เป็นการแสวงหาและทำความเข้าใจถึงวิธีการนำโอกาสไปสู่การค้นพบการสร้างและใช้ประโยชน์ในสินค้าและบริการ
Hisrich และ Peter (1998)	เป็นกระบวนการสร้างสรรค์บางอย่างที่แตกต่างกันในด้านคุณค่า โดยอุทิศเวลาและความอดสาเหรวมทั้งปัจจัยด้านการเงิน จิตวิทยา และความเสี่ยง
Kuratko และ Hodgetts (2007)	เป็นกระบวนการของการจัดการองค์กร การบริหารจัดการ และประเมินความเสี่ยงในธุรกิจ

ส่วนในประเทศไทยก็ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า ผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจทำการก่อตั้ง และคอยประทับประคองให้ธุรกิจที่ดั่งขึ้นมานั้นมีการเจริญเติบโต วินิจ วีรยางกูร(2528 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) และความหมายของผู้ประกอบการของ กฤษฎา นาคชังทอง (2552, หน้า 20) ที่ว่า บุคคลซึ่งก่อตั้งและจัดการธุรกิจโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ กำไร และ ความเจริญ และผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงสิ่งบางอย่างในธุรกิจใหม่และต้องใช้กลยุทธ์การบริหารธุรกิจ

สอดคล้องกับความหมายของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร มีความเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินการใช้ทรัพยากรและปัจจัยการผลิต โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการ เพื่อกำไรและความพอใจ หรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายในการค้นหาโอกาสและความคิดในทางธุรกิจใหม่มีการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์มีมุมมองที่เอื้อต่อการจัดหาทรัพยากรใหม่หรืออาจนำความสามารถเดิมไปรวมกันเป็นโอกาสและแนวคิดลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงและมั่นคงแก่กิจการ(วุฒิชติ สุนทรสมัย,2550)

จากความหมายต่างๆข้างต้น ผู้วิจัยจึงพอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึงผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มาผสมผสานกับปัจจัยด้านต่างๆ เช่นการอุทิศเวลา การเงิน ความคิด ทำให้ผล

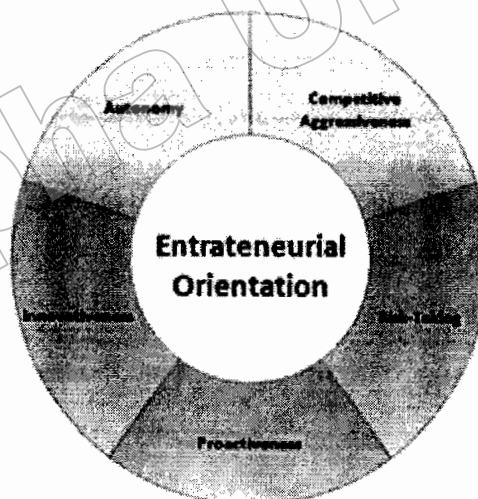
กำไรและการเติบโตโดยเป็นผู้ที่ต้องยอมรับโดยความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการ โดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่และใช้กลยุทธ์การบริหารธุรกิจ

และ ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) คือ วิถีทางที่ผู้ประกอบการจะได้มาซึ่งวิธีการสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยการสร้างสรรค์สิ่งที่แตกต่างกันในด้านคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

องค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 แนวความคิดคือ Miller (1983, อ้างถึงใน กฤษกร จิรานุเมศ, 2554) ที่ใช้ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) ในการอธิบายถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดของ Lumpkin และ Dess (1996, อ้างถึงใน กฤษกร จิรานุเมศ, 2554) ที่ทำการพัฒนาองค์ประกอบเพิ่มอีก 2 องค์ประกอบ คือความเป็นอิสระ (Autonomy) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)

แนวคิดของ Lumpkin และ Dess



แนวคิดของ Miller

ภาพที่ 2-1 แสดงแบบจำลองการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ดังนั้นจากแบบจำลองข้างต้นผู้วิจัยจึงขอสรุปว่าองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจำแนกออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1.ความเป็นอิสระ (Autonomy)

Lumpkin และ Dess (1966, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) กล่าวว่าความเป็นมาของความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยเรื่องราวการตัดสินใจของผู้ที่มีความคิดริเริ่มที่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์มีความคิดใหม่ที่ดีกว่าเดิม แนวความคิดเรื่องความเป็นผู้ประกอบการได้รับความสนใจเนื่องจากความมีอิสระทางความคิดของผู้คนในการเลือกแนวทางที่จะส่งเสริมความแตกต่างทางความคิดและทางธุรกิจ แทนที่จะถูกล้อมกรอบด้วยตำแหน่งหน้าที่ หรือกระบวนการขององค์กรที่ยับยั้งความคิด องค์กรที่ดีจึงควรให้อิสระแก่บุคคลและทีมงานในการฝึกฝนความคิดสร้างสรรค์ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการ แรงผลักดันที่สำคัญต่อกิจกรรมขององค์กรใหม่คือ ความเป็นอิสระ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการขยายธุรกิจใหม่ ดังนั้นแนวความคิดเรื่องความเป็นอิสระจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของความมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

Lumpkin และ Dess (1966, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ยังได้กล่าวอีกว่า ความอิสระเป็นการนำเสนอถึงเสรีภาพของการกระทำในตัวบุคคลหรือทีมงาน รวมถึงการสร้างความคิดและวิสัยทัศน์และนำไปใช้ปฏิบัติโดยทั่วไปหมายถึง ความสามารถในการแสวงหาโอกาสแก่องค์กร ในบริบทขององค์กร ได้อ้างอิงถึงอิสระภาพของการยับยั้งข้อจำกัดขององค์กร เช่น การแสวงหาทรัพยากร การดำเนินงานขององค์กร คู่แข่งหรือการพิจารณาสิ่งต่างๆภายในองค์กร ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ของความคิดริเริ่มในธุรกิจใหม่ ดังนั้นการพิจารณาในเรื่องกิจกรรมของความเป็นผู้ประกอบการในกระบวนการจัดสร้างกลยุทธ์ จึงมีมุ่งเน้นพฤติกรรมที่เป็นอิสระ แต่ Mintzberg และ Waters (1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้อธิบายการจัดสร้างกลยุทธ์ของความเป็นผู้ประกอบการถูกชี้ขาดและกระทำการโดยผู้นำที่เข้มแข็งซึ่งคล้ายกับ Bourgeois และ Brodwin (1984, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ซึ่งได้เสนอพฤติกรรมของผู้ประกอบการ มักถูกระบุลักษณะโดยวิสัยทัศน์และความเป็นผู้นำ ส่วนความเป็นอิสระจะถูกมองเมื่อมีอำนาจเด็ดขาดในการบริหารจัดการ (Shrivastava & Grat, 1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ซึ่งลักษณะที่เกิดขึ้นในองค์กรขนาดเล็ก เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารสารที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรผ่านการควบคุมของพวกเขา (Mintzberg และ Waters, 1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554)

ในทางตรงข้าม Hart (1992, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้บูรณาการกรอบความคิดครอบคลุมวิธีการสร้างกลยุทธ์ให้เกิดขึ้นจากกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของสมาชิกในองค์กร ในการสร้างแนวความคิดของพวกเขาเพื่อนำแนวความคิดดังกล่าวส่งผ่านไปยังผู้บริหารระดับสูงต่อไปซึ่ง

สอดคล้องกับ Bourgeois และ Brodwin (1984, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554) ที่ได้อธิบายถึงแบบจำลอง Crescive ซึ่งกลยุทธ์ถูกเริ่มภายใต้ตัวองค์กรโดยผ่านทางความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละบุคคลแบบจำลองได้เสนอถึงแรงผลักดันในธุรกิจใหม่ ซึ่งบ่อยครั้งเกิดจากหน่วยงานระดับล่างขององค์กร (Bower, 1970, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554) โดยทั้ง 2 กรณีศึกษาพบว่า ความเป็นอิสระเป็นปัจจัยที่สำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ในการนำเสนอความเป็นผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurship) องค์กรขนาดใหญ่ได้ถูกผูกมัดในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในเรื่องโครงสร้างองค์กร ทั้งเรื่องของลำดับชั้นในองค์กร และอำนาจในการบริหารหน่วยงานต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความอิสระ แต่กระบวนการของความอิสระในองค์กรต้องการมากกว่านั้น โดยองค์กรจะต้องให้ความอิสระอย่างแท้จริง และสนับสนุนการฝึกฝนแก่บุคลากร จากการศึกษาของ Burgelman (1983, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554) พบว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้นำ (Product Champion) ถูกสร้างโดยความเชื่อ โยระหว่างความชัดเจนของโครงการ (Project Definition) และแรงกระตุ้นของกระบวนการ (Impetus Process) ซึ่งเป็นบทบาทที่ประกอบด้วยการได้มาซึ่งทรัพยากร และการสร้างตลาดในโครงการใหม่ โดย Shane (1994, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554) ได้ค้นพบว่าองค์กรที่เป็นอันดับหนึ่ง (Organizational Champion) มักพยายามที่จะสร้างความอิสระโดยกระทำการต่างๆ เช่นปรับเปลี่ยนกฎระเบียบขององค์กร และลดขั้นตอนในกระบวนการ เป็นต้น

2.ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)

Schumpeter (1934, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554) ได้กล่าวว่าสิ่งแรกที่ควรให้ความสำคัญ คือบทบาทของนวัตกรรมในกระบวนการของความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลของการทำลายที่สร้างสรรค์ (Creative Destruction) นำมาซึ่งความมั่นคง กล่าวคือหากองค์กรใดสามารถคิดค้นนวัตกรรมได้ก่อนจะมีโอกาสทำผลกำไร ได้มากกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ดังนั้นการเริ่มต้นของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาด โดยจะส่งผลกระทบต่อองค์กรที่มีอยู่เดิม หรือเกิดการเติบโตขององค์กรใหม่ที่มีการสร้างนวัตกรรม สิ่งสำคัญของวัฏจักรนี้คือความเป็นผู้ประกอบการ การแข่งขันทางด้านนวัตกรรมจะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้นความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมจะสะท้อนให้เห็นถึงความจริงจังขององค์กรที่ส่งเสริมในเรื่องของแนวคิดใหม่ (New Idea) ความแปลกใหม่ (Novelty) การทดลอง (Experimentation) และกระบวนการที่สร้างสรรค์ (Creative Process) ที่อาจส่งผลให้เกิดสิ่งใหม่ทั้งด้านของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการทางเทคโนโลยี (Hage, 1980 อ้างถึงใน กฤตกร จิราภาณุเมศ, 2554)

การแบ่งแยกประเภทของนวัตกรรมมีหลายวิธี เช่น การแบ่งแยกความแตกต่างระหว่าง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี นักวิจัยมักมุ่งเน้นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ซึ่ง ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and Process Development) วิศวกรรม (Engineering) การวิจัย (Research) ความชำนาญทางด้านเทคนิค (Technical Expertise) และความรู้ใน อุตสาหกรรม (Industry Knowledge) ส่วนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้น ให้ความสำคัญต่อการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ (Product Design) การวิจัยตลาด (Market Research) การ โฆษณา (Advertising) และการ ส่งเสริมการขาย (Promotion)

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ความเสี่ยงมีความหมายหลากหลาย ขึ้นอยู่กับบริบทที่จะนำไปใช้ ในบริบทของกลยุทธ์ของ Baird และ Thomas (1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิระกานูเมศ, 2554) ได้ระบุความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ได้ 3 ชนิด ได้แก่ (1) ความเสี่ยงจากความไม่รู้ในธุรกิจใหม่ (Venturing into the unknown) (2) การกระทำที่ส่งผล ต่อสินทรัพย์ส่วนใหญ่ (Committing a relatively large portion of assets) (3) การกู้ยืมจำนวนมาก (Borrowing heavily) ในบริบทของด้านการวิเคราะห์การเงิน ความเสี่ยงถูกใช้ในเรื่องของผลตอบแทนที่ อ้างถึงความเป็นไปได้ของความสูญเสียหรือผลลัพธ์เชิงลบ

Miller และ Friesen (1978, อ้างถึงใน กฤตกร จิระกานูเมศ, 2554) ได้กำหนดให้ความกล้าเสี่ยง เป็นระดับที่ผู้บริหารตั้งใจที่จะกระทำในสิ่งที่ใหญ่และการกู้ยืมจำนวนมากต่างก็สอดคล้องกับคำจำกัด ความของความกล้าเสี่ยง องค์กรที่มุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมักถูกยกเป็นตัวอย่างในเรื่องของ พฤติกรรมของความกล้าเสี่ยงดังเช่น เรื่องของหนี้สินจำนวนมากที่เกิดขึ้นหรือในเรื่องของการได้รับ ผลตอบแทนที่สูงจากการสร้างโอกาสในตลาด ดังนั้นช่วงของความกล้าเสี่ยงจากระดับต่ำ เช่น การฝาก เงินในธนาคาร การลงทุนในพันธบัตร จนถึงความเสี่ยงระดับสูง เช่น การกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุน การลงทุน ในเทคโนโลยีใหม่ หรือการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ ก็จะทำให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกัน แต่ละระดับความเสี่ยง

ในขณะที่ Kogan และ Wallach (1964, อ้างถึงใน กฤตกร จิระกานูเมศ, 2554) ได้ทำการเลือก แบบสอบถามที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยง จากการใช้สถานะการสมมติจำนวน 12 สถานการณ์ โคนมี ทางเลือกความปลอดภัยในระดับความเสี่ยงที่ต่ำจนถึงทางเลือกที่น่าดึงดูดใจแต่มีความเสี่ยงสูง ซึ่ง Sitkin และ Pablo (1992, อ้างถึงใน กฤตกร จิระกานูเมศ, 2554) ได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่าง การรับรู้ ในความเสี่ยง (Risk Perception) ความโอนเอียงทางความเสี่ยง (Risk Preference) และนิสัย ชอบความเสี่ยง (Risk Propensity) ในแบบจำลองพฤติกรรมทางความเสี่ยงสรุปได้ว่า ความต้องการที่จะ หลีกเลี่ยงหรือแสวงหาความเสี่ยง ไม่ได้เป็นตัวกำหนดถึงพฤติกรรมความเสี่ยง แต่ค่อนข้างส่งผลต่อ

โอกาสของพฤติกรรมบุคคลในการเลือกแต่ละเส้นทาง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆซึ่งอาจจะสำคัญต่อการทำนายในเรื่องของความเสี่ยง เช่น ปัญหาเรื่องความเสี่ยงถูกวางกรอบอย่างไร และความสามารถในการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Slovic, Fischhoff & Lichtenstein, 1980, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554)

Lumpkin และ Dess (1996, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) กล่าวว่าในการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในเรื่องการยอมรับความเสี่ยง ส่วนใหญ่จะทำการมุ่งเน้นไปที่ตัวบุคคลมากกว่าการมุ่งเน้นไปที่องค์กร แต่ในปัจจุบันได้มีการยอมรับกันอย่างกว้างขวางในการใช้แนวคิดของ Miller (1983, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ในการอธิบายความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งวัดค่าการยอมรับความเสี่ยงในระดับองค์กรโดยการสอบถามจากผู้บริหารถึงการลงเินในการเข้าสู่โครงการที่เสี่ยง และเลือกระหว่างความกล้าหาญกับความรอบคอบในการที่จะทำการตัดสินใจเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

4.การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)

นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ตั้งแต่ Schumpeter (1934, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้ให้ความสำคัญในการริเริ่มกระบวนการความเป็นผู้ประกอบการโดย Penrose (1959, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้กล่าวว่าผู้บริหารที่มีความเป็นผู้ประกอบการ มีความสำคัญต่อการเติบโตขององค์กรเพราะวิสัยทัศน์ของพวกเขาอาจส่งผลต่อการขยายตัวทางโอกาส (Opportunistic Expansion) โดย Lieberman และ Montgomery (1988, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้ให้ความสำคัญต่อการเป็นผู้บุกเบิกตลาดเป็นรายแรกสามารถทำกำไรได้สูงและได้รับการยอมรับในตราสินค้า ดังนั้นการเข้าร่วมในตลาดเกิดใหม่จึงเป็นลักษณะเฉพาะของความเป็นผู้ประกอบการที่เรียกว่า การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)

การดำเนินงานเชิงรุกถูก นิยามใน Webster Ninth New Collegiate Dictionary ว่าเป็น “การกระทำที่คาดหวังถึงปัญหาในอนาคต ความจำเป็น หรือการเปลี่ยนแปลง” ซึ่งการดำเนินงานเชิงรุกมีความสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดเป้าหมายในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นการแสดงทัศนคติที่เกี่ยวกับอนาคต ซึ่งทัศนคติดังกล่าวเป็นการประกอบกันโดยกิจกรรมทางนวัตกรรม Miller และ Friesen (1978, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้ให้ความเห็นว่าการดำเนินธุรกิจเชิงรุกในการตัดสินใจขององค์กรนั้นถูกกำหนดโดยการตอบคำถามว่า มันส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมโดยการริเริ่มผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี เทคนิคการบริการใหม่หรือไม่ หรือเป็นเพียงการตอบสนองเท่านั้น ต่อมาการดำเนินงานเชิงรุกได้ถูกนำมาใช้ ในการพัฒนาองค์กร ซึ่งเป็นการทำให้เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วที่สุดโดยนำสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก ซึ่ง Miller (1983, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ได้กล่าวว่า “ผู้เข้าสู่ตลาดรายแรกมาพร้อมกับนวัตกรรมเชิงรุก” จะเข้ามาควบคุมตลาด ถึงแม้ว่า

ความคิดในการคิดหวังต่ออุปสงค์ในอนาคตนั้นเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ แต่ความคิดที่เป็นองค์แรก ที่เข้าสู่ตลาดนั้นเป็นการตีความที่แคบเกินไป ธุรกิจหนึ่งๆสามารถเป็นสิ่งใหม่ มีการคิดเชิงรุกที่รวดเร็วแต่อาจไม่ได้เป็นกิจการที่เป็นผู้บุกเบิกตลาดก็ได้ สอดคล้องกับ Miller และ Camp (1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิรานุเมศ, 2554) ที่ทำการศึกษา 84 องค์การ พบว่ามีธุรกิจที่เข้าสู่ตลาดใหม่เป็นอันดับที่สองนั้นได้บุกเบิกตลาดราวกับเป็นธุรกิจที่เป็นผู้บุกเบิกตลาดเอง และดูเหมือนจะประสบความสำเร็จด้วยการดำเนินงานเชิงรุก

คำนิยามของการดำเนินงานเชิงรุก มีจุดประสงค์เฉพาะในความเป็นผู้ประกอบการที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานเชิงรุกเทียบเท่าความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ในกรณีของ Lumpkin และ Dess (1996, อ้างถึงใน กฤตกร จิรานุเมศ, 2554) ได้กล่าวว่าแม้การดำเนินธุรกิจเชิงรุกจะเกี่ยวข้องกับความก้าวร้าวในการแข่งขัน แต่ก็มีแตกต่างโดยการดำเนินงานเชิงรุกหมายถึง วิธีที่ทำให้องค์กรเกี่ยวข้องกับโอกาสทางตลาดในกระบวนการของการเข้าสู่ตลาด โดยการไขว่คว้าโอกาสการริเริ่มและกระทำเพื่อที่จะมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมนั้นคือมีอิทธิพลต่อแนวโน้มและเหตุการณ์ที่สร้างอุปสงค์ แต่ความก้าวร้าวในการแข่งขัน หมายถึง วิธีการที่องค์กรทำการเชื่อมโยงกับบรรดาคู่แข่ง ซึ่งองค์กรจะตอบสนองต่อแนวโน้มและอุปสงค์ที่อยู่ในตลาด

ปัจจัยการดำเนินงานเชิงรุกของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการคล้ายกับแนวคิดที่เสนอแนะโดย Mile และ Snow (1978, อ้างถึงใน กฤตกร จิรานุเมศ, 2554) ที่กล่าวว่า ชีตความสามารถของผู้สำรวจ (Prospector) ที่สำคัญคือการค้นหาและทำประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ใหม่และโอกาสทางการตลาดผู้สำรวจมักจะเป็นผู้สร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญที่ถูกใช้โดยผู้สำรวจในการเหนือกว่าคู่แข่ง

5.ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)

Stinchcombe (1965, อ้างถึงใน กฤตกร จิรานุเมศ, 2554) ได้นำเสนอองค์กรใหม่จะมีความอ่อนไหวในเรื่องของความรับผิดชอบ และการเพิ่มอำนาจกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ลูกค้า และคู่แข่งอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากองค์กรใหม่มีความเสี่ยงต่อความล้มเหลวมากกว่าองค์กรที่ได้วางรากฐานมานานแล้ว นักวิชาการได้ให้เหตุผลว่าคู่แข่งที่ก้าวร้าวและรุนแรงนั้นเป็นส่วนสำคัญต่อการอยู่รอดและความสำคัญต่อผู้เข้ามาใหม่ (Poter, 1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิรานุเมศ, 2554) ดังนั้นความก้าวร้าวในการแข่งขันจึงเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ความก้าวร้าวในการแข่งขันมักถูกใช้แทนความตอบสนองขององค์กรที่มีต่อความท้าทายโดยตรงและรุนแรงต่อคู่แข่งที่ขยี้ระดับตนเองให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาด ดังที่ได้กล่าวในตอนต้นว่าความก้าวร้าวในการแข่งขันแสดงถึงลักษณะพิเศษที่ว่าด้วยการตอบสนอง ซึ่งอาจใช้

รูปแบบการเผชิญหน้าแบบตัวต่อตัว ดังกรณีที่ต้องกรได้เข้าสู่ตลาด คู่แข่งอื่นๆก็จะเริ่มตอบสนองกลับมา ตัวอย่างเช่น ทำการกำหนดราคาสินค้าในราคาต่ำที่สุดเพื่อตอบสนองต่อการแข่งขัน ความก้าวร้าวในการแข่งขันจะสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะไม่ยึดติดกับวิธีการแข่งขันปกติ ซึ่งรวมถึงการใช้วิธีที่ไม่เป็นไปตามแบบแผนเพื่อที่จะทำลายผู้นำทางอุตสาหกรรม (Cooper, Willard & Woo, 1986, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) สอดคล้องกับ Porter (1985, อ้างถึงใน กฤตกร จิราภานุเมศ, 2554) ซึ่งได้เสนอถึงวิธีในการไล่ตามองค์กรที่มีอยู่เดิมโดยการ “ทำสิ่งที่แตกต่าง” (Doing Things Differently) โดยการทำให้โครงสร้างใหม่ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนบริบทโดยการให้คำนิยามใหม่แก่สินค้าหรือบริการ หาช่องทางหรือของเขตทางการตลาดใหม่ และให้ความสนใจแก่ผู้นำตลาด

แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กับการเตรียมความพร้อมอุดมศึกษา รองรับการเป็นประชาคมอาเซียน

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้ทำแผนยุทธศาสตร์อุดมศึกษาไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและการเปิดเสรีการค้าบริการด้านอุดมศึกษา เพื่อเป็นแนวทางให้สถาบันอุดมศึกษาใช้วางแผนกลยุทธ์และนโยบายต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษามีการวางแผนในส่วนของการอุดมศึกษาทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียนและเปิดเสรีการค้าบริการด้านอุดมศึกษา ในปี พ.ศ.2558 ทำให้คุณภาพบัณฑิตในอนาคตไปสู่สากล และนำประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันได้ โดยสร้างความร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียนในการเคลื่อนย้ายนักศึกษาและบุคลากรไปยังประเทศเพื่อนบ้านในระยะเริ่มต้น และขยายวงให้กว้างขึ้น ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะทำให้บัณฑิตไทยมีความสามารถในระดับสากล และมีความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก โดยมียุทธศาสตร์ 3 ประการ คือ 1. การเพิ่มขีดความสามารถของบัณฑิตให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล 2. การพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาประชาคมอาเซียน และ 3. การส่งเสริมบทบาทของอุดมศึกษาไทยในประชาคมอาเซียน มีรายละเอียดดังนี้ (จดหมายข่าวสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ปีที่ 2 ฉบับที่ 52 ประจำวันที่ 7 มีนาคม 2554)

พันธกิจ

1. อุดมศึกษาไทยผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพระดับสากลและมีความตระหนักในการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน
2. อุดมศึกษาไทยพัฒนาศักยภาพในการจัดการการอุดมศึกษาที่มีคุณภาพร่วมกับประเทศสมาชิกอาเซียน

เป้าหมาย

1. ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบัณฑิตไทยอยู่ในระดับที่ทัดเทียมกับบัณฑิตในประเทศสมาชิกอาเซียน
2. สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งจัดการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558
3. สถาบันอุดมศึกษาไทยมีจำนวนกิจกรรมทางวิชาการที่ทำร่วมกับประเทศสมาชิกอาเซียนเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี
4. จำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาไทยสามารถทำงานทั้งในหน่วยงานระหว่างประเทศ บริษัทข้ามชาติในประเทศและ/หรือประกอบการในกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี
5. จำนวนนักศึกษาอาเซียนในสถาบันศึกษาไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ต่อปี

ตัวชี้วัด

1. คะแนนการทดสอบภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐานสากลของนักศึกษาไทยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ทัดเทียมกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น
2. จำนวนสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับอาเซียนและภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียน
3. จำนวนกิจกรรมทางวิชาการที่ทำร่วมกับประเทศสมาชิกอาเซียน
4. จำนวนบัณฑิตไทยทำงานในหน่วยงานระหว่างประเทศและบริษัทข้ามชาติในไทย และ/หรือประกอบการในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน
5. จำนวนนักศึกษาอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาไทย

ยุทธศาสตร์ การเพิ่มขีดความสามารถของบัณฑิตให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล

กลยุทธ์

1. พัฒนาสมรรถนะด้านการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาไทยในระดับที่ใช้ในการทำงานได้
 2. พัฒนาสมรรถนะด้านการประกอบวิชาชีพและการทำงานข้ามวัฒนธรรมของบัณฑิตไทย
- มาตรการที่ควรพิจารณาดำเนินการ**
1. ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษและระบบวัดผลการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การศึกษาระดับพื้นฐานไปจนถึงระดับอุดมศึกษา

2. ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาอาจารย์ด้านการสอนภาษาอังกฤษ รวมทั้งภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษาและอุดมศึกษา

3. ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาของประเทศสมาชิกอาเซียนและความรู้เกี่ยวกับกับอาเซียน ตั้งแต่ระดับพื้นฐานไปจนถึงระดับอุดมศึกษา และการวิจัยด้านอาเซียนศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนด้านอาเซียนศึกษาและการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเรียนการสอน

4. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนนักศึกษาโดยสนับสนุนการถ่ายโอนหน่วยกิตระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

5. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อเปิดโลกทัศน์และเปิดโอกาสให้นักศึกษาไทยได้แสดงความสามารถในเวทีระดับนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับอาเซียน รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักในการเป็นพลเมืองอาเซียน

ยุทธศาสตร์ 5 ปี (2555-2559) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์ (Vision)

พัฒนาองค์ความรู้บูรณาการศาสตร์ทางบริหารธุรกิจเป็นองค์กรการศึกษาชั้นนำแห่งอาเซียน

พันธกิจ (Mission)

1. สร้างองค์ความรู้ และปัญญาทางบริหารธุรกิจ ให้เกิดคุณค่าต่อการพัฒนาท้องถิ่น ประเทศ และภูมิภาคอาเซียน
2. จัดการศึกษาที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างบัณฑิตให้มีคุณธรรม เชี่ยวชาญในศาสตร์ และเป็นผู้นำที่มีทักษะสากล
3. ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ และให้บริการวิชาการเพื่อสร้างสังคมเข้มแข็งและยั่งยืน
4. ส่งเสริมสนับสนุนการดำรงไว้ซึ่งคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย
5. พัฒนาคณะให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ด้วยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

1. การวิจัยพัฒนาและสร้างความรู้ทางบริหารธุรกิจ และบริหารให้เกิดคุณค่ากับสังคม ประเทศ และภูมิภาคอาเซียน
2. จัดการศึกษา การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและการพัฒนากำลังคนทางบริหารธุรกิจ
3. การบริการวิชาการสู่สังคม และการทำนุบำรุง รักษาศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย

4. พัฒนาสู่คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวที่พึ่งตนเองได้ และสามารถบูรณาการร่วมกับคณะอื่นได้

เป้าประสงค์ (Goal)

1. คณะมีองค์ความรู้และนวัตกรรมทางบริหารธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่น ประเทศ และภูมิภาคอาเซียน
 2. คณะเป็นองค์กรอุดมศึกษาชั้นนำที่เป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิตทางบริหารธุรกิจที่เรียนรู้พร้อมปฏิบัติงานตามทักษะสากล มีภาวะผู้นำและมีคุณธรรม
 3. คณะเป็นคลังความรู้ แหล่งอ้างอิงทางวิชาการและการบริการวิชาการด้านบริหารธุรกิจของท้องถิ่น ประเทศ ตลอดจนประชาคมอาเซียน เพื่อสร้างสังคมเข้มแข็งและยั่งยืน
 4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิต บัณฑิต บุคลากร ชุมชน และสังคมร่วมตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์และสืบสานอัตลักษณ์แห่งความเป็นไทยให้ยั่งยืน
 5. คณะมีศักยภาพพึ่งตนเอง โดยมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้
- ตารางที่ 2-3 แสดงกลยุทธ์และเป้าหมายของคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
1. พัฒนาสู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น ประเทศ และอาเซียน	1. ร้อยละของความสำเร็จของการพัฒนาศูนย์ความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยว (สมบูรณ์แบบภายใน 10 ปี)
2. เสริมสร้างประสิทธิภาพการวิจัยในการสร้างผลงานและบูรณาการองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว และบริหารธุรกิจ เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ประเทศ ให้เข้มแข็ง และเชื่อมโยงสู่อาเซียนและประชาคมโลก	2. จำนวนผลงาน/นวัตกรรม ที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติ และระดับสากล 3. จำนวนผลงานเผยแพร่ที่อยู่ในฐานข้อมูล Impact factor สูง 4. จำนวนผลงานวิชาการ/ผลงานวิจัย/นวัตกรรม ฉบับสมบูรณ์ 5. จำนวนผลงานวิชาการ/ผลงานวิจัย/ นวัตกรรมเชิงบูรณาการศาสตร์ที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อสังคม และขยายผลทางธุรกิจ

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
3. พัฒนาศักยภาพของบัณฑิตให้มีความสามารถในการเรียนรู้กับการทำงานจริง(Work integrated learning) ตามทักษะสากลมีสถานะผู้นำ และมีคุณธรรม	6. ร้อยละของนิสิตที่ผ่านเกณฑ์ทดสอบการเรียนรู้ (WIL) 6.1 ร้อยละของนิสิตปี 4 ที่เข้าอบรมภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการทำงาน (TOEIC) 6.2 ร้อยละของนิสิตปี 2 ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาภาวะผู้นำ/คุณธรรม 7. ร้อยละของบัณฑิตที่มีงานทำและทำงานอิสระภายใน 1 ปีหลังสำเร็จการศึกษา
4. ปรับระบบ และสื่อการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย	8. ร้อยละของหลักสูตรที่ผ่านเกณฑ์ TQF 9. จำนวนสื่อการเรียนการสอนที่เพิ่มขึ้น
5. พัฒนาอาจารย์ให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพิ่มพูนความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ และมีศักยภาพในการถ่ายทอดความรู้ทั้งในชั้นเรียนและสังคม	10. จำนวนของอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ (ผศ. รศ. ศ.) 11. ร้อยละของอาจารย์ประจำที่มีวุฒิปริญญาเอก 12. ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการพัฒนาความรู้ทางวิชาการ (อบรม/สัมมนา/ดูงาน) 13. ร้อยละของอาจารย์ที่ผ่านการประเมินตัวชี้วัดระดับบุคคล 14. ร้อยละของอาจารย์ที่ให้บริการวิชาการสู่สังคม
6. สร้างระบบคลังความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสูง จัดบริการ และเผยแพร่งานวิชาการที่สามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น ประเทศ และภูมิภาคอาเซียน (SME/ท่องเที่ยว/การจัดการเชิงกลยุทธ์	15. จำนวนโครงการของฐานข้อมูลที่เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ 16. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการวิชาการ 17. จำนวนรายได้บริการวิชาการ (ล้านบาท)

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
7. สร้างเครือข่ายวิชาการ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ ในระดับท้องถิ่น ประเทศ และประชาคมโลก	18. จำนวนเครือข่ายที่ลงนามความร่วมมือทางวิชาการที่ดำเนินการจริง(Effective) 19. จำนวนกิจกรรมความร่วมมือทางวิชาการ (หลักสูตร/โครงการ) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
8. ส่งเสริมให้นิสิต บัณฑิต บุคลากร ชุมชนและสังคม ร่วมตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชำรงไว้ซึ่งศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และสืบสานอัตลักษณ์แห่งความเป็นไทยให้ยั่งยืน	20. จำนวน โครงการ/กิจกรรม ที่ส่งเสริมและสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทย
9. พัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีความคล่องตัว โปร่งใสตรวจสอบได้ และบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า โดยคำนึงถึงผลสัมฤทธิ์ของงาน	21. ร้อยละของบุคคลกรสายสนับสนุนที่ผ่านการประเมินตัวชี้วัดระดับบุคคล 22. ร้อยละค่าใช้จ่ายดำเนินงานลดลง(ตามรายการค่าใช้จ่ายที่กำหนด) 23. ร้อยละผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่กำหนดตามแผนดำเนินงาน (Action plan) 24. ร้อยละของรายงานตามผลสัมฤทธิ์ของโครงการ และรายงานทางการเงิน
10. พัฒนาคณะผู้การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	25. จำนวนกิจกรรม/โครงการ ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 26. จำนวนกิจกรรมที่เผยแพร่บนเว็บไซต์

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
11. สร้างคณะให้มีความมั่นคง บุคลากรมีความสุข บนฐานวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง	27. ร้อยละของเงินรายได้สุทธิที่เข้าเป็นเงินสะสม 28. ดัชนีความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทุกระดับ -สุขจากสภาพแวดล้อม -สุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่เหมาะสม -สุขจากความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน -สุขที่เกิดจากเพื่อนร่วมงาน -สุขที่เกิดจากประโยชน์เกื้อกูลและสวัสดิการ -สุขจากความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน -สุขจากสุขภาพดี 29. ร้อยละของบุคลากรสายสนับสนุนที่ผ่านการ พัฒนาตามเกณฑ์สมรรถนะ และเพิ่มพูนความ เชี่ยวชาญ (อบรม/สัมมนา/ดูงาน)

แนวความคิดและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

จากแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการดังบทความที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรม และสรุปแนวความคิดและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการดังนี้

คณัย เทียนพูน (2532, น. 67-68, อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) นักฝึกอบรมในองค์การ ได้เสนอปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความเป็นผู้ประกอบการ ไว้ดังนี้

1. ความสามารถทางนวัตกรรม
2. ความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง
3. ความปรารถนาความสำเร็จ
4. ความสามารถวางแผนอย่างสมจริง
5. เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมาย
6. ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริง รวมทั้งศึกษาและกำหนดแนวทางปฏิบัติที่

เป็นไปได้

7. มีความรับผิดชอบ
8. สามารถปรับตัวได้
9. เป็นทั้งนักจัดการกิจการและนักบริหาร

จากการศึกษาวิจัยของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้ศึกษาวิจัยคุณลักษณะของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม รวมทั้งจากประสบการณ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัด “โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543, น. 40-45 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ทำให้มีข้อมูลประมวลถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังต่อไปนี้

1. มีความกล้าเสี่ยง
2. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ
3. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น
5. มีความมานะและทำงานหนัก
6. มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง
7. มีความสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์
8. มีความรับผิดชอบ
9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง

10.มีความสนใจในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

11.มีความสามารถในการบริหาร

12.มีความคิดสร้างสรรค์

13.มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม

14.มีความกล้าตัดสินใจ

15.มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์

16.มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร

17.มีความซื่อสัตย์

18.มีความประหยัดเพื่ออนาคต

19.มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นส่วนใหญ่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้แบบเพาะจากการหล่อหลอม หรือจากการฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะที่ดีดังกล่าว

จากความหมายของความเป็นผู้ประกอบการผนวกกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการดังกล่าวเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีคุณสมบัติหลายประการ และจากการรวบรวมศึกษาวิจัยปัจจัยด้านจิตวิทยา เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการทำให้พบว่า สามารถจำแนกลักษณะความเป็นผู้ประกอบการได้ดังนี้

1. ความเข้าใจในการริเริ่มและการขยายธุรกิจ

มิลเลอร์ (อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย 2550) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการกิจการที่มีความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจด้วยตนเอง มีความพอพึงพอใจ และความภาคภูมิใจในการประกอบธุรกิจและยินดีที่ธุรกิจมีการขยายตัว

2. ความคิดริเริ่มสิ่งใหม่หรือ ความคิดในเชิงนวัตกรรม (Innovativeness)

มิตตัน (Mitton, 1989 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง 2550) กล่าวว่า ความคิดในเชิงนวัตกรรมเป็นจุดสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีอิทธิพลอย่างมากในการผลักดันการขยายตัวของภาพรวมเศรษฐกิจด้วยการสร้างนวัตกรรม และจากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับผู้ประกอบการแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความคิดในเชิงนวัตกรรมมากกว่าผู้ที่ไม่เป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ (Kon, 1996 อ้างถึงในวีรดา เรืองรุ่ง 2550)

3. ความเชื่อในการควบคุมตัวเอง (Internal Locus of control)

รอตเทอร์ (Rotter, 1996 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง 2550) กล่าวว่า บุคคลที่มีความเชื่ออำนาจการควบคุมจากภายใน (Internal Locus of Control) มีความเป็นไปได้สูงที่จะต่อสู้ แข่งขัน ฝ่าฟันสู่ผลสัมฤทธิ์ เมื่อเทียบกับบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจการควบคุมจากภายนอก (External Locus of Control) และบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนเอง จะยอมรับผิดชอบต่อความสำเร็จและความล้มเหลว มาจากผลลัพธ์ของความสามารถและความพยายามของตัวเอง ตรงข้ามกับบุคคลที่เชื่ออำนาจนอกตน ที่เชื่อว่าเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นเป็นเพราะความง่ายของงานที่ได้รับมอบหมาย โชคชะตา และสิ่งที่มีอำนาจอื่นๆ ผนวกกับผลการศึกษาของ บรอกเฮาส์ (Brovkhous, 1979 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง 2550) ที่ว่าความเชื่อในการควบคุมตนเองของกลุ่มผู้ประกอบการเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มบุคคลทั่วไปพบว่า ผู้ประกอบการจะมีคุณลักษณะมีความเชื่อในการควบคุมตนเองสูง หรือมีการประเมินผลของสถานการณ์ว่าอยู่ภายใต้การควบคุมของตนเอง

4. การรับรู้ การยอมรับทางธุรกิจ

ชลเย็น หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539, หน้า 9 อ้างถึงใน กฤษณา นาคข่งทอง 2552) ได้สรุปไว้ว่า ผู้ประกอบการคือผู้ที่มองเห็น โอกาสทางธุรกิจจึงเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อก่อตั้งสถานธุรกิจดำเนินการผสมผสานปัจจัยจำเป็นต่างๆ เพื่อผลกำไรและความพอใจ สรุปคือเป็นผู้ที่รับรู้โอกาสทางธุรกิจและ

สามารถนำโอกาสนั้นมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของ วุฒิสาคี สุนทรสมัย (2550) ที่ว่า ผู้ประกอบการที่ภาคภูมิใจในความคิดเชิงธุรกิจของตนเอง มีความเชื่อมั่นว่าตนเองจะเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจให้สำเร็จได้ สามารถสร้างทีมงานเองได้

5. มุมมองทางธุรกิจ

จากประสบการณ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัดโครงการสร้างการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (Entrepreneurship Development, EPD) (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543 , หน้า 40-45 อ้างถึงใน ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์, 2550) ระบุถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ว่า ต้องมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน การก้าวไปสู่ความสำเร็จในการประกอบการจะต้องรู้ว่าธุรกิจนั้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากน้อยเพียงใด มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีใดไหน เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้มีแล้วหรือไม่ มีความสามารถที่จะปรับเทคโนโลยีที่มีอยู่เพื่อการผลิตได้อย่างไร รวมทั้งต้องรู้ว่าสามารถผลิตสินค้าให้สำเร็จได้ในเวลาเท่าใด มีความรู้ด้านการตลาดอย่างไรบ้าง ใครคือผู้บริโภคสินค้าของเรา ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าควรเป็นอย่างไร ด้านการเงินต้องคาดคะเนเงินลงทุนว่ามีเท่าไร รายได้ควรเป็นเท่าไรต่อปี กำไรที่คาดว่าจะได้ผลตอบแทนจากการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาว่าบุคคลากรที่มีอยู่มีความพร้อมหรือไม่ และจะรับผิดชอบได้เต็มที่แค่ไหนเพียงใด สรุปคือผู้ประกอบการจะต้องมีมุมมองทางธุรกิจเข้าใจธุรกิจอย่างรอบด้าน

6. การยอมรับความเสี่ยง (Risk-taking propensity)

แมนคูโซ (Mancuso, 1975 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ชี้ว่าบุคคลที่จะสร้างธุรกิจของตนเองมักมีคุณสมบัติรับความเสี่ยงในระดับกลางๆ (Moderate Risk-taking Propensity) ซึ่งความเสี่ยงนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 องค์ประกอบ คือ แนวโน้มรับความเสี่ยงแบบทั่วไป การประมาณโอกาสที่กิจการนั้นๆจะล้มเหลว รวมถึง มิล (Mill, 1984 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ที่กล่าวว่า การจัดการกับความเสี่ยงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจำแนกความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการกับผู้จัดการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะมีลักษณะที่พร้อมรับมือกับความเสี่ยงจากการดำเนินการธุรกิจของตน

7. ความเป็นอิสระ

สุสติ รุมาคม (2544, หน้า 5-8 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ได้ให้วัตถุประสงค์ที่บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านความเป็นอิสระและมีอำนาจในการควบคุมตนเองหรือการเป็นเจ้านายตนเอง มีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลต่างๆ เข้าไปประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจ และทำการ

ตัดสินใจในงานส่วนต่างๆได้ และสามารถบริหารธุรกิจของตนเองได้โดยรับผิดชอบ ความสำเร็จหรือล้มเหลวด้วยตนเอง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระสูงนั่นเอง

จากคุณสมบัติทั้ง 7 ประการที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นยังมีความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลถึงทัศนคติต่อลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกันออกไป โดยจำแนกออกได้ดังนี้

1. เพศ

ระหว่างเพศหญิงและชายนั้นมีโครงสร้างทางร่างกายทางกายภาพส่งผลให้ความคิดและความรู้สึกแตกต่างกันไปด้วยดังนั้น เพศจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทและแรงผลักดันสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการสอดคล้องกับผลงานค้นคว้าอิสระ เรื่อง คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (อัญชลี เชื้อนคำ, 2551) พบว่า นักศึกษาเพศชายและหญิงมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

2. อายุ

ลีลส์ (Liles, 1972 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) กล่าวว่า ช่วงเวลาอายุระหว่าง 25 ถึง 40 ปี เป็นช่วงที่บุคคลมักตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง เพราะช่วงเวลาดังกล่าว ถือว่าเป็นระยะเวลาที่สามารถเลือกได้อย่างอิสระ (Free Choice Period) ที่บุคคลสามารถที่จะพัฒนาตนเองจนมีประสบการณ์เพียงพอ มีความมั่นใจในตนเอง ทั้งยังเป็นช่วงที่ังไม่มีภาระทางครอบครัวหรือการเงินมากนัก ตลอดจนยังไม่มีตำแหน่งระดับสูงหรือภาระรับผิดชอบมากนัก จึงพร้อมรับความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจของตนเอง ทำให้ไม่ต้องลำบากในการตัดสินใจก้าวสู่อาชีพผู้ประกอบการ

การศึกษาในประเทศอเมริกาพบว่า การเริ่มต้นธุรกิจเป็นไปได้ตั้งแต่อายุ 22 ถึง 55 ปี โดยผู้ประกอบการบางคน ประกอบกิจการส่วนตัว ตั้งแต่สำเร็จการศึกษาหรือระหว่างการศึกษา และผู้ที่ประกอบการธุรกิจส่วนตัวเร็วมีแนวโน้ม จะพยายามรักษากิจการนั้นให้อยู่ได้นานมากที่สุด มากกว่าผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวล่าช้า

3. สาขาวิชา

คณีย์ เทียนพุ่ม (2531, หน้า 67-72 อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) กล่าวว่า คุณลักษณะหรือปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ในการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ มีอยู่ 3 ประการ และหนึ่งในนั้นคือ การเคยเรียนรู้หรือฝึกหัดเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่กำลังดำเนินการอยู่ สาขาวิชาที่นักศึกษาปีสุดท้ายศึกษามาจนเกือบครบถ้วนแล้วนั้น สามารถส่งผลทัศนคติต่อความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ตนเองสนใจ

4. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นผู้ประกอบการ โดยมีผลการศึกษามาตรฐานคุณภาพการบัณฑิตโดย สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา(สมศ., 2547 อ้างถึงใน บรรพต วิรุณราช, 2550) ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของผลการศึกษาเกี่ยวกับร้อยละของการได้งานภายในหนึ่งปี รวมทั้งการประกอบอาชีพอิสระ ดังนั้นผลการศึกษาจึงมีผลต่อลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ดี นอกจากกลุ่มวิชาการไทยแล้วยังมีกลุ่มวิชาการต่างประเทศที่ให้ความเห็นสอดคล้อง ดังนี้ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยที่ดี ในประเทศออสเตรเลีย 1 ใน 7 ข้อคือ คุณภาพงานของบัณฑิต หมายถึงการได้ทำงาน หรือประกอบอาชีพที่ดีมีความสุข ผลตอบแทนที่ดี(The Australian, 1998 อ้างถึง บรรพต วิรุณราช, 2550)

5. ภูมิสำเนา

ผลการวิจัยของวีรดา เรืองรุ่ง (2550) ต่อ ภูมิสำเนาแตกต่างกันมีความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันโดยภาพรวมทั้งนี้เพราะว่าถึงแม้ภูมิสำเนาเหมือนกันต่างก็มีความต้องการความสำเร็จในความเป็นผู้ประกอบการเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา สุนทรธรรม และคณะ (2531, อ้างถึงใน วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) ได้ศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการในภาคต่างๆ ของประเทศไทย พบว่า เจ้าของและผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสี่ภาคของประเทศไทยมีลักษณะของปัญหาที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน ยกเว้นด้านการรับรู้การยอมรับทางธุรกิจและด้านการยอมรับความเสี่ยง/ความไม่แน่นอน มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$) โดยพบว่าภาคเหนือมีค่าเฉลี่ยสูงโดยผู้ประกอบการภาคเหนือมีความภูมิใจในตัวเองมากกว่า และมีความพร้อมด้านการยอมรับความเสี่ยง/ความไม่แน่นอนมากกว่าทั้งนี้เพราะว่าผู้ประกอบการภาคเหนือมีความระมัดระวังในการดำรงธุรกิจมากกว่าเพราะภูมิสำเนาใกล้เคียงเตรียมสภาพให้พร้อมต่อความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นตลอดเวลา

6. อาชีพของหัวหน้าครอบครัว

จากการศึกษาของอัฐพล เชื้อนคำ (2551) คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาที่มีบิดา/มารดาประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะอาชีพของผู้ประกอบการเองมีความหลากหลายและสถาบันครอบครัวมีความสัมพันธ์กับนักศึกษาน้อยกว่าเพื่อน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ผกากรอง ขุนทิพย์ (2550) ที่ทำการศึกษา การมีส่วนร่วมของหัวหน้าครอบครัวในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดในชุมชน: ศึกษากรณี เทศบาลเมืองแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า อาชีพของหัวหน้าครอบครัวไม่มี

ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของหัวหน้าครอบครัวในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ทำให้เห็นว่าอาชีพของหัวหน้าครอบครัวนั้นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนิสิต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัญญาพัชร บำรุงกิจ (2552) นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานคร กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือใน

เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 97 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อมูลบุคคล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี อายุ 31-40 ปี และปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ ยอมรับปัญหาและความผิดพลาดได้ และลักษณะของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ต้องการความเป็นอิสระและสามารถทำงานได้ด้วยตนเองโดยไม่พึ่งพาใคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีรายได้ต่อเดือนจากการขายหนังสืออยู่ในระดับ 30,001 บาทขึ้นไป มีการประกอบธุรกิจในรูปแบบธุรกิจประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว สำเร็จการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ และไม่เคยทำธุรกิจอื่นมาก่อน ส่วนที่เคยทำงานมาก่อนแล้วเฉลี่ยระยะเวลาประมาณ 6 ปี โดยมีประสบการณ์ในด้านธุรกิจร้านขายหนังสือเฉลี่ยประมาณ 11 ปี 5 เดือน

2. ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนรายข้อพบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในข้อการเป็นผู้ประกอบการที่มีความยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ โดยยอมรับปัญหาและความผิดพลาดได้ และลักษณะของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในข้อเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการความเป็นอิสระและสามารถทำงานได้ด้วยตนเองโดยไม่พึ่งพาใคร

3. ปัจจัยกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในเกณฑ์บ่อยครั้งมาก ส่วนรายค้านพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้มากที่สุดในด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านขายหนังสือ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้งมีการนำกลยุทธ์มาปฏิบัติบ่อยครั้ง และกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้น้อยที่สุดในด้านการส่งเสริมการตลาดมีการนำกลยุทธ์มาปฏิบัติเป็นบางครั้ง

4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของร้านขายหนังสือด้านผลประกอบการและการดำเนินงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมีความสำเร็จใกล้เคียงกับร้านอื่น ส่วนด้านเคล็ดลับความสำเร็จในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมีความสำเร็จสูงกว่าร้านอื่น

5. ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อเนื่องจากการขายหนังสือ รูปแบบประเภทธุรกิจสาขาที่สำเร็จการศึกษา และประเภทธุรกิจที่เคยทำมาก่อนแตกต่างกันมีความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อนทำธุรกิจร้านขายหนังสือมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ

7. ปัจจัยด้านลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ปัจจัยกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อัฐพล เชื้อนคำ (2551) ได้ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ชั้นปีสุดท้าย จำนวน 606 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย (1) แบบสอบถามข้อมูลทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (2) แบบวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และ (3) แบบวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษามีคะแนนความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจของตนเองอยู่ในระดับปานกลาง
2. นักศึกษามีคะแนนคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับสูง
3. นักศึกษาเพศชายและหญิง มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
4. นักศึกษาที่เรียนอยู่ในกลุ่มสาขาวิชาที่แตกต่างกัน บัณฑิต-มารดาประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจของตนเองโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กฤษฎา นาคชังทอง (2552) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการที่เฝ้าต่อธุรกิจชุมชนชนะ กรณีศึกษา ตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ จำนวน 59 ราย พบว่าผู้ประกอบการในตลาดบ้านใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. สถานภาพสมรส มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน เริ่มประกอบธุรกิจของตนเองเมื่ออายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เคยเป็นพนักงานบริษัทมาก่อน และต้องการความอิสระ บริหารงานเอง ลักษณะธุรกิจส่วนใหญ่มีรูปแบบจัดตั้งเป็นเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีอายุการดำเนินน้อยกว่า 2 ปี และ 2-4 ปี สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นพวกอาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากนี้ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ทำการศึกษา ศักยภาพทางการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises SMEs) : ศึกษากรณีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรในเขตภาคตะวันออก พบว่าผู้ประกอบการมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแต่ละด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ความสำเร็จในการริเริ่มและขยายธุรกิจ การรับรู้ การควบคุมตนเอง การริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ในธุรกิจ มุมมองทางธุรกิจ การรับรู้การยอมรับทางธุรกิจ การยอมรับความเสี่ยง/ความไม่แน่นอนและความเป็นอิสระ

วีรดา เรืองรุ่ง (2550) ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการและผลประกอบการของร้านอาหารขนาดย่อมในเขตเมืองพัทยา โดยได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในเขตเมืองพัทยาจำนวน 73 ร้าน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ไม่เกิน 20 ล้านบาท สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุกว่า 49 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เชื้อสายไทย ภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก อาชีพเดิมส่วนมากเป็นผู้ประกอบการและมีระยะเวลาดำเนินการ 10 ปีขึ้นไป เมื่อพิจารณาตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศชายมีความเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เชื้อสายไทยมาจากภาคเหนือ เคยมีประสบการณ์เป็นผู้ประกอบการมาก่อน และมีระยะเวลาทำงานก่อนประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปีมีความเป็นผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอื่น

ปริญญ์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) ทำการศึกษา จิตความสามารถและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทสถานประกอบการสเปามาตรฐาน ในภาคตะวันออก โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่ม ที่ 1 ได้แก่ ผู้ประกอบการสเปามาตรฐานภาคตะวันออก 17 แห่ง กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มที่ 1 โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อการสัมภาษณ์เจาะลึก จำนวน 5 แห่ง ด้านความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดในด้านความสำเร็จในการริเริ่มและขยายธุรกิจ การรับรู้การควบคุมตนเอง มุมมองทางธุรกิจ การรับรู้การยอมรับทางธุรกิจ การยอมรับความเสี่ยงความไม่แน่นอน การริเริ่มสิ่งใหม่ๆทางธุรกิจ และความเป็นอิสระตามลำดับ

พรรณเพ็ญ พลาชัย (2551) ทำการศึกษา บุคลิกลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์จำนวน 145 คน ตามตัวแปรต่างๆ เช่น เพศ กลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของบิดา/มารดา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. นักศึกษามีความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจของตนเองอยู่ในระดับปานกลางและมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
2. นักศึกษาที่เพศแตกต่างกันและกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษาแตกต่างกันคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
3. นักศึกษาที่มีบิดามารดาประกอบอาชีพแตกต่างกันมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีคุณลักษณะด้านแสวงหาโอกาส ของนักศึกษาที่มีมารดาประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

4. นักศึกษาที่มีรายได้อ่อนของครอบครัวที่แตกต่างกัน พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University