

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

Relationship between personal behavior, personality and the entrepreneurs'
entrepreneurial orientations of small and medium enterprises in Chiang Mai Province

สุทธามณี ธนบุญเรือง¹

Suthamanee Thanaboonruang¹

Received 6 December 2022 Revised 29 December 2022 Accepted 30 December 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 395 ราย จากกลุ่มการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ และกลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ อุปนิสัยที่ 5 การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอมากที่สุด 2) อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ อุปนิสัยที่ 6 การผนึกประสานความต่าง และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการกลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้มากที่สุด และ 3) อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ อุปนิสัยที่ 2 การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

คำสำคัญ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เอสเอ็มอี, คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ, บุคลิกภาพ

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Lecturer, International College, Chiang Mai Rajabhat University, Thailand, Email: suthamanee_tha@cmru.ac.th

Abstract

The objective of this study was to study the relationship between personal behaviour, personality and entrepreneurial orientations of owners of small and medium enterprises, and to create a model of personal character and personality suitable for the type of business. The research instruments were questionnaires and in-depth interviews. The sample groups were 395 entrepreneurs of small and medium enterprise from woven fabrics and garments, wooden handicraft, and food and beverage service groups in Chiang Mai. The statistics used for descriptive analysis were frequency (n), percentage (%), mean (x), standard deviation (SD), and statistics used to analyze inferential statistics is the multiple regression analysis. The results of this research were as follows: 1) Habit 5: Seek First to Understand, Then to be Understood from the 7 habits of highly effective people, and Conscientiousness personality from the Five-factor Model of Personality had the most affecting results of the entrepreneurial orientations of the entrepreneur of woven fabrics and garments business. 2) Habit 6: Synergize from the 7 habits of highly effective people and Agreeableness personality from the Five-factor Model of Personality had the most affecting results of the entrepreneurial orientations of the entrepreneur of wooden handicraft business. 3) Habit 2: Begin with the End in Mind, Habit 3: Put First Things First, and Habit 4: Think win/win from the 7 habits of highly effective people, and Neuroticism, Extraversion, Openness to experience, and Conscientiousness personality from the Five-factor Model of Personality had the most affecting results of the entrepreneurial orientations of the entrepreneur of food and beverage service business.

Keywords: Small and Medium Enterprises, SME, Entrepreneur Orientation, Personality

บทนำ

ปัจจุบันนี้รัฐบาลได้ส่งเสริมการทำอาชีพผู้ประกอบการ มากขึ้นสามารถเห็นได้จากการกำหนดนโยบายสนับสนุนทั้งผู้ประกอบการรายใหม่และรายเก่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งเรื่องของเงินลงทุน การให้ความรู้ การเปิดโอกาสทางการตลาด และการส่งเสริมผู้ประกอบการในกิจการที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจในชุมชน เพื่อบูรณาการและผลักดันการส่งเสริม SMEs ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ให้สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล โดยมีการจัดกิจกรรมสนับสนุนหลายโครงการเช่น โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจชุมชน ตามแนวพระราชดำริ โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SME โครงการพัฒนาสุดยอดเอสเอ็มอีจังหวัด (SME Provincial Champions) ในการก้าวสู่ Thailand 4.0 และโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ SME STARTUP ซึ่งโครงการสนับสนุนเหล่านี้ ก็เพื่อขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ SME สู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน

กิจการประเภท SMEs ที่มีอยู่ในประเทศไทยถือว่ามีส่วนสำคัญต่อการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาต่อยอดให้เป็นกิจการขนาดใหญ่ได้ในอนาคต จากสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระบุว่าจำนวนกิจการประเภท SMEs ในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 3,046,790 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้น 8.63 % เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในส่วนของการจ้างงานนั้น มีการจ้างงานกว่า 11,747,093 คน หรือ 78.48 % ของการจ้างงานรวมทั้งหมดของธุรกิจทุกขนาดในประเทศ ซึ่งการเก็บสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งแต่ปี 2559-2562 ทำให้ทราบว่าจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแนวโน้มสูงขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs โดยใช้เกณฑ์รายได้รวมจากงบการเงิน 4 ปีล่าสุด พบว่า 45.14% ของผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่รองลงมาคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีการเติบโตแบบลดลง (Turnaround) ซึ่งมีจำนวนถึง 35.74% ของผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการ SME ที่อยู่ในกลุ่มนี้เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในภาคการค้ามากที่สุดคิดเป็น 41.23% รองลงมาเป็นภาคบริการ 40.43% ภาคการผลิต 17.88% และภาคธุรกิจการเกษตร 0.46% นอกจากนี้ สสว.ยังได้มีการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจ SMEs ในช่วงเดือนตุลาคม 2559 – เมษายน 2560 พบว่าภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีระดับความเชื่อมั่นเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งเกิดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยทั่วไปของภูมิภาคที่ยังคงชะลอตัว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561 :ออนไลน์)

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2561 มีจำนวนผู้ประกอบการ SME จำนวน 11,926 ราย มากเป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและชลบุรี จำนวนผู้ประกอบการ SME นี้ คิดเป็น 70.18% ของจำนวนผู้ประกอบการ SME ทั้งหมดในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นเมืองเศรษฐกิจหลักของภูมิภาคที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภายใต้วิสัยทัศน์ “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity) โดยมีกลุ่มธุรกิจที่สำคัญของจังหวัดแบ่งเป็น 6 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ
2. กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้
3. กลุ่มการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป
4. กลุ่มการบริการซ่อมบำรุงรถยนต์
5. กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม
6. กลุ่มการบริการธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2557)

จากจำนวน SMEs ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ไม่ได้เป็นการยืนยันการเติบโตของธุรกิจโดยภาพรวม เนื่องจากว่า การจัดตั้งและยกเลิกกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

จากข้อมูลของ สสว.ระบุว่า การจดทะเบียนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่จะลดต่ำลงในเดือนเมษายนและธันวาคมของทุกปี ส่วนการยกเลิกกิจการ จะมีทิศทางการยกเลิกกิจการในระดับคงที่ทุกช่วงของปีโดยการยกเลิกกิจการจะเพิ่มสูงขึ้นในช่วงปลายปี โดยจำนวนกิจการ SME จัดตั้งใหม่ในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 73,830 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 9,821 ราย ขยายตัวร้อยละ 15.34 ในส่วนการยกเลิกและเสร็จชำระบัญชีปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 21,287 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 371 ราย ขยายตัวร้อยละ 1.77 สาเหตุของการยกเลิกกิจการมาจากหลายปัจจัย เช่น การขาดความรู้ทางด้านการตลาด การขาดสภาพคล่องในการทำธุรกิจ การขาดแรงงาน หรือปัญหาด้านการบริหารจัดการ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นนี้ กำลังได้รับการช่วยเหลือ และแก้ไขโดยหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นรูปธรรมคือการค้นคว้าศึกษาถึงอุปนิสัย บุคลิกภาพ ของผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ว่ามีอุปนิสัยและบุคลิกลักษณะตรงกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจที่ดำเนินอยู่หรือไม่ และมากน้อยเพียงใด เนื่องจากการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้ ผู้ที่มีส่วนสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนธุรกิจก็คือเจ้าของกิจการเอง (วันวิสาข์ โชคพรหม อนันต์ และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์., 2558) ฉะนั้นการมีเงินทุนและความรู้ด้านธุรกิจเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอในการนำพาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้ประกอบการในฐานะที่จะนำพาการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและต่อยอดให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ในอนาคต เพราะฉะนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาถึงอุปนิสัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างต้นแบบของอุปนิสัยส่วนบุคคลและบุคลิกภาพที่เหมาะสมตามประเภทอุตสาหกรรม โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มธุรกิจหลัก 3 จาก 6 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ 2. กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ 3. กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มาทำการวิจัยหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพ ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถรวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคลกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อสร้างโมเดลของอุปนิสัยและบุคลิกภาพที่ดี อันจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามประเภทอุตสาหกรรมในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ความหมายของคำว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามความหมายของตามประกาศกฎกระทรวง การกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2562 ที่ปรากฏในเว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1.1 วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท และ (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสามสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินห้าสิบล้านบาท

1.2 วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท และ (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสามสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท

2. ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคล / กลุ่มบุคคลที่คิดริเริ่ม สร้างธุรกิจจากแนวคิดของตนเองหรือมองเห็นโอกาสทางธุรกิจอื่นที่มีอยู่แล้ว สามารถรับความเสี่ยงในการทำธุรกิจได้ มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกิจการของตนเองเพื่อแสวงหากำไร (Frese, 2000)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดจาก Lumpkin and Dess (Lumpkin and Dess, 1996; Dess and Lumpkin, 2001) เรื่องคุณลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation) ได้แก่ 1. ความมีอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) 2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) 4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) และ 5. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) มาเป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัย คุณลักษณะทั้ง 5 ประการนี้ครอบคลุมทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด และได้รับการกล่าวถึงในการทบทวนวรรณกรรมของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างกลยุทธ์ (Fadda, 2018) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความมีอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) หมายถึงอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มคน

ที่สามารถนำความคิดหรือวิสัยทัศน์ที่เกิดขึ้นไปปฏิบัติ สามารถตัดสินใจ ดำเนินงานได้อย่างเสรี ราบรื่น และพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ ไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของธุรกิจ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การพัฒนากระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ และการค้นพบทางเทคโนโลยีใหม่ (Fadda, 2018) ความมีนวัตกรรมนั้นยังรวมถึง แนวโน้มขององค์กรหรือบริษัท ในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ การลงทุนในผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ความแปลกใหม่และการทดลองใหม่ ซึ่งส่งผลให้เกิดกระบวนการทางเทคโนโลยีขั้นสูงและผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เป็นวิธีการที่สำคัญในการสำรวจโอกาสทางธุรกิจเพื่อนำพาไปสู่ความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้ ความมีนวัตกรรมจึงได้เชื่อว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (Perera, D.N., Nag, D. and Venkateswarlu, P., 2019)
3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง การรับมือกับความเสี่ยงโดยมีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความเสี่ยง ภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน เช่นการกู้ยืมเงิน หรือการลงทุนที่มีความเสี่ยง (Lumpkin and Dess, 1996) มีการบริหารความเสี่ยงโดยสามารถรับมือกับความล้มเหลวที่อาจจะเกิดขึ้นได้ (Wiklund & Shepherd, 2005)
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) หมายถึง วิธีการต่างๆที่ใช้ตอบสนองในการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งและความต้องการที่มีอยู่แล้วในตลาดอย่างรุนแรง (Lumpkin and Dess, 2001) มีการติดตามและตอบโต้โดยใช้กลยุทธ์กับคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันและมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งใน (Fadda, 2018)
5. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง ความสามารถในการคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาด หรือสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะแนวโน้มของลูกค้า ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับการวางแผนเชิงรุกเพื่อคว้าโอกาสทางธุรกิจก่อนผู้อื่น (Lumpkin and Dess, 2001)

4. ความหมายของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยของบุคคลที่แสดงออกเป็นประจำอย่างมีแบบแผน แสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์หรือสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้น โดยบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลถูกสร้างขึ้นมาจากความรู้สึกและทัศนคติจากภายใน ซึ่งสามารถพัฒนา เปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและประสบการณ์ที่พบเจอในชีวิตของบุคคลนั้น

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

ทฤษฎีบุคลิกภาพ หมายถึงแนวทางที่นักจิตวิทยาใช้ในการอธิบายธรรมชาติของบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับ

โครงสร้าง (structure) กระบวนการ (process) และสาระสำคัญ (content) เพื่อให้เข้าใจความแตกต่างของบุคลิกภาพที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล (ฉัตรนภา ตีละกล, 2555) ซึ่งทฤษฎีที่เป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีบุคลิกภาพตามแนวคิดของ R.R. Macare และ P.T. Costa (2003) คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five-Factor Model of Personality) ซึ่งเป็นความพยายามที่จะอธิบายส่วนสำคัญร่วมกันของบุคลิกภาพของมนุษย์ ตามกลุ่ม ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบนี้สามารถเรียกสั้นๆได้ว่า “OCEAN” ซึ่งเป็นนำตัวอักษรแรกของแต่ละบุคลิกภาพมารวมกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) หมายถึง การเปิดกว้าง เพื่อสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ และความเต็มใจที่จะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ คนที่มีระดับการเปิดรับประสบการณ์ใหม่สูงเท่าไร ก็จะสามารถคล้อยตามความคิดและความเชื่อที่แปลกใหม่ รวมถึงการสงสัยสิ่งที่มีอยู่เดิมด้วย คนที่มีระดับบุคลิกภาพขั้นสูง จะมีความเพลิดเพลินเมื่อพบเจอกับวัฒนธรรมหรือความสุนทรีย์ใหม่ๆ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่นี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลด้วย กล่าวคือถ้าหากบุคคลมีบุคลิกภาพทางด้านนี้ในระดับสูงมักจะมีความฉลาดในการพูดด้วย (Schretlen et al, 2010).
2. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) หมายถึง บุคลิกภาพที่ตระหนักถึงการกระทำและผลของพฤติกรรมของตนมากกว่าบุคคลที่ไม่มีสติอยู่กับตัว บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้จะเป็นผู้ที่นึกถึงความรับผิดชอบต่อผู้อื่น และโดยทั่วไปแล้วมักจะระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีสติสัมปชัญญะ มีระเบียบวินัย ชอบที่จะรักษาสภาพแวดล้อมรอบตัวให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความกระตือรือร้น มีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นเป้าหมายและมีแรงจูงใจที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้ในทุก ด้านของชีวิต
3. บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) หมายถึง บุคลิกภาพที่กล้าแสดงออกทางสังคมและมีความมั่นใจ ชอบเป็นศูนย์กลางของกลุ่มและมักจะแสวงหาความสนใจจากผู้อื่น ชอบพบปะผู้คนใหม่ ๆ ทำให้มีพลังและความตื่นเต้น ยินดีที่จะแนะนำตัวเองและพูดคุยกับคนแปลกหน้า เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย มีความสนุกสนาน (Jung, 1921)
4. บุคลิกภาพแบบเห็นพ้อง (Agreeableness) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความเห็นพ้องต้องกัน เป็นมิตรและร่วมมือกัน บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านนี้สูง มักถูกมองว่าเป็นที่ชื่นชอบของคนรอบข้างและเพื่อนร่วมงาน มักได้รับความไว้วางใจผู้อื่น เห็นแก่ผู้อื่น เต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่น สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในทีมได้ดี ไม่ชอบมีส่วนร่วมในการโต้แย้ง ขัดแย้งกับผู้อื่น หรือการเผชิญหน้า บุคคลที่มี

บุคลิกภาพทางด้านนี้ในระดับสูงมักจะพยายามวิธีการที่สามารถทำให้สถานการณ์หรือบุคคลอื่นสงบ ทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ย 'ผู้สร้างสันติภาพ' ของกลุ่ม (Donnellan et al, 2008)

5. แบบบวุ่นไหว (Neuroticism or Emotional Stability) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความมั่นคงทางอารมณ์โดยรวมของแต่ละบุคคล ผ่านมุมมองการมองโลกของบุคคลนั้น นอกจากนี้ ยังหมายถึงความเป็นไปได้ที่บุคคลจะตีความเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งไปในทิศทางลบมากกว่าบวก มักจะมีความกังวลต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากเกินไป บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบบวุ่นไหวสูงมักจะรู้สึกกังวล ไม่ปลอดภัย และสงสัยตัวเองเป็นประจำ มักถูกมองว่าอารมณ์แปรปรวนและหงุดหงิดง่ายกับคนอื่นและอาจรู้สึกโกรธหากเหตุการณ์ไม่เกิดขึ้นตามที่ต้องการ ส่งผลให้การรับมือกับความเครียดที่พบบ่อยในชีวิตประจำวันได้น้อยลง มีความนับถือตนเองต่ำและมีความรู้สึกเศร้ามากเกินไป (Headey et al, 2010)

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง

Covey (1989, Covey 2004) ได้เสนอหลักการ 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง (The 7 habits of highly effective people) ครั้งแรกในปีค.ศ.1989 โดยอุปนิสัยผู้มีประสิทธิภาพสูงทั้ง 7 ประการนี้ ตั้งอยู่บนรากฐานของความถูกต้องเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตนเองและผู้อื่น อุปนิสัยทั้ง 7 ประการ ถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

ระดับที่หนึ่ง อุปนิสัยที่เป็นการเอาชนะใจตนเอง เป็นอุปนิสัยที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตนเอง เปลี่ยนจากการพึ่งพาผู้อื่นเป็นการพึ่งพาตนเอง ซึ่งอุปนิสัยที่อยู่ในระดับที่หนึ่งนี้ ได้แก่

อุปนิสัยที่ 1 การทำงานเชิงรุก (Be Proactive) เป็นหลักการวิสัยทัศน์ส่วนบุคคล

อุปนิสัยที่ 2 เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ (Begin with the End in Mind) เป็นหลักการของการเป็นผู้นำในตนเอง

อุปนิสัยที่ 3 ทำสิ่งที่สำคัญก่อน (Put First Things First) เป็นหลักการของการบริหารส่วนบุคคล

ระดับที่สอง อุปนิสัยที่เป็นชัยชนะในสังคมหรือการชนะใจผู้อื่น จะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างแท้จริง และขับเคลื่อนไปสู่การทำงานร่วมกับผู้อื่น ความร่วมมือกันเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์

อุปนิสัยที่ 4 การคิดแบบชนะ/ชนะ (Think win-win) หลักการของภาวะผู้นำระหว่างบุคคล

อุปนิสัยที่ 5 เข้าใจผู้อื่นก่อน แล้วจึงให้ผู้อื่นเข้าใจเรา (Seek First to Understand, Then to be Understood) หลักการติดต่อสื่อสารอย่างเข้าอกเข้าใจ

อุปนิสัยที่ 6 ผนึกพลังประสานความต่าง (Synergize) หลักการร่วมมืออย่างสร้างสรรค์

ระดับที่สาม อุปนิสัยการเติมพลังชีวิตของตนเองให้มีความสุข เพื่อฝึกอุปนิสัยที่ 1-6 อย่างสม่ำเสมอ

อุปนิสัยที่ 7 ลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ (Sharpen the Saw) หลักการของการเติมพลังชีวิต 4 ด้าน เพื่อสร้างความสมดุลให้กับชีวิตตนเอง

โดย 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง (The 7 habits of highly effective people) มีรายละเอียดดังนี้

อุปนิสัยที่ 1 เป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนหรือการทำงานเชิงรุก (Be Proactive)

เป็นอุปนิสัยแรกและเป็นพื้นฐานของผู้มีประสิทธิภาพสูง การเป็นฝ่ายลงมือทำก่อน ไม่ได้หมายถึงแค่เพียงการเริ่มต้นทำสิ่งต่างๆก่อนผู้อื่น แต่หมายรวมไปถึงความรับผิดชอบในชีวิตของตนเอง คนที่มีอุปนิสัยแบบโปร-แอกทีฟนี้ จะไม่กล่าวโทษสิ่งรอบตัวหรือผู้อื่น แต่จะสำรวจความผิดพลาดจากตนเองก่อน ทำงานเชิงรุก มุ่งสนใจในสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ไม่หมกมุ่นกับสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ มีจิตสำนึก รับผิดชอบต่อคำพูดของตนเองที่ไว้ไว้ทั้งกับตนเองและผู้อื่น การเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนนี้ยังรวมไปถึงการพัฒนาตนเองทางด้านจิตใจ รับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนเองกระทำในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

อุปนิสัยที่ 2 เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ (Begin with the End in Mind)

การเป็นผู้เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ เป็นการเริ่มต้นด้วยการถามตนเองว่าเราต้องการที่จะให้ชีวิตเราเป็นเช่นไร เป็นคนลักษณะเช่นไร ต้องการให้ผู้อื่นจดจำเราในแบบไหน เราอยากประสบความสำเร็จเรื่องอะไร หรือเราต้องการทำอะไรเพื่อสังคมบ้าง สิ่งใดสำคัญต่อชีวิตเราอย่างแท้จริง ให้เริ่มต้นด้วยการพยายามเข้าใจตนเอง นึกถึงภาพที่เราอยากจะเป็น และเมื่อเราให้ความหมายของการมีชีวิตอยู่ของเราได้แล้ว ให้เราเริ่มตั้งจุดหมายปลายทางที่เราอยากไปถึงไว้ในใจให้ชัดเจน อยู่บนพื้นฐานของสติ ให้คุณค่าและความรู้สึกของเราต่อสิ่งนั้น มุ่งมั่นไม่หลุดออกนอกเส้นทางที่เรากำลังเดินไปหาปลายทางที่เราตั้งใจไว้ การเป็นผู้เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจนี้เป็นการมุ่งเน้นที่การขัดเกลาชีวิตของเราโดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน

การตั้งปณิธานส่วนบุคคลต้องอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องของสังคม มองหาจุดศูนย์กลางของตนเองให้เจอ เพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงานในการขับเคลื่อน การกระทำ การตัดสินใจ และกำหนดทิศทางไปสู่จุดมุ่งหมาย การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจยังมีความสำคัญต่อการทำธุรกิจด้วย ไม่ว่าบุคคลนั้นจะเป็นพนักงาน หัวหน้า หรือผู้นำองค์กร ถ้าหากเริ่มต้นมีจุดมุ่งหมายในใจของตนเองแล้ว ก็จะสามารถนำพาให้องค์กรประสบความสำเร็จได้

อุปนิสัยที่ 3 ทำสิ่งที่สำคัญก่อน (Put First Things First)

อุปนิสัยที่ 3 นี้ เป็นอุปนิสัยที่เกิดจาก การเป็นผลลัพธ์ของอุปนิสัยที่ 1 และ 2 รวมกัน อุปนิสัยที่ 1 บอกให้ทราบถึงความสำคัญที่บุคคลต้องเป็นผู้รับผิดชอบชีวิตตนเอง อุปนิสัยที่ 2 เป็นการสร้างภาพนึกคิดแรก of บุคคล เพื่อให้บุคคลมีวิสัยทัศน์ สามารถมองภาพตัวเองที่ต้องการในอนาคตได้อย่างชัดเจน ละเอียดถึง การให้คุณค่าของการดำเนินชีวิตจากเป้าหมายที่บุคคลมีในใจ อุปนิสัยที่ 3 จึงเป็นเรื่องของการทำตามเป้าหมายเหล่านี้จริง ๆ และดำเนินการตามลำดับความสำคัญของเราในแต่ละวันในแต่ละช่วงเวลา ไม่ปล่อยให้แรงกระตุ้นหรือความต้องการมาอยู่เหนือการปฏิบัติตนตามลำดับความสำคัญ เป็นการสร้างภาพนึกคิดครั้งที่สองของบุคคล เป็นการสร้างภาพนึกคิดทางกายภาพ (Covey, 2019) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดการชีวิต การบริหารเวลา และจัดการตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จุดประสงค์ ค่านิยม บทบาท และลำดับความสำคัญของแต่ละบุคคล กล่าวคือ ในการจัดการตัวเองอย่างมีประสิทธิภาพเราต้องให้สิ่งแรกเป็นอันดับแรก เราต้องมีวินัยในการจัดลำดับความสำคัญของการกระทำในแต่ละวันโดยพิจารณาจาก "สิ่งแรก" ซึ่งหมายถึงสิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ใช่สิ่งที่เร่งด่วนที่สุด ให้ถามตนเองว่าสิ่งไหนที่เราควรทำเพื่อให้ชีวิตเราดีขึ้นแต่เรายังไม่ได้ทำ หรือสิ่งไหนที่ควรทำเพื่อพัฒนา ปรับปรุงธุรกิจและการทำงานของเรให้ดีขึ้นแต่เรายังไม่ได้ทำ ก็ให้เริ่มทำสิ่งๆ นั้นก่อน

อุปนิสัยที่ 4 คิดแบบชนะ/ชนะ (Think win-win)

การคิดแบบชนะ/ชนะ คือการพยายามมองหาทางออก ทางแก้ไขปัญหา หรือข้อตกลงที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน มีความพึงพอใจในผลประโยชน์ที่ได้รับ มองว่าเป็นการใช้ชีวิตร่วมกันผู้อื่นแบบชนะทุกฝ่าย การคิดแบบชนะ/ชนะ ไม่ได้เป็นการคิดในแง่ของการแข่งขันหรือการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น ไม่ใช่การคิดแบบแพ้ชนะหรือการเล่นเกม เป็นการคิดแบบพึ่งพาอาศัยกันและกันในระยะยาว การคิดแบบชนะ/ชนะ ยังเป็นคุณลักษณะหนึ่งของภาวะผู้นำ ที่มีความมุ่งมั่น ยิ่งบุคคลมีความมุ่งมั่นมากเท่าไรก็จะมีอุปนิสัยการทำงานเชิงรุกมากขึ้นเท่านั้น โดยมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการได้ผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้อื่นแบบชนะ/ชนะ สุดท้ายแก่นแท้ของการคิดแบบชนะ/ชนะ จะไม่สามารถอยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน

ดังนั้นในฐานะองค์กร บริษัท หรือผู้ประกอบการ จำเป็นต้องจัดระบบรางวัลให้สอดคล้องกับเป้าหมายและคุณค่า และมีระบบแนวคิดที่รองรับการคิดแบบชนะ/ชนะ เพื่อให้ได้มาซึ่งการคิดแบบชนะ/ชนะ บุคคลต้องไม่เพียงแค่อำนาจใจใส่ แต่ต้องมีความมั่นใจด้วย บุคคลต้องไม่เพียงแค่มั่นใจและอ่อนไหวเท่านั้น แต่ต้องกล้าหาญด้วย การกระทำเช่นนี้ก็เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความท้าทาย กล้าตัดสินใจลงมือทำกับการใช้วิจารณญาณ คติวิเคราะห์พิจารณา ซึ่งถือว่าเป็นแก่นแท้ของความเป็นผู้ใหญ่ที่แท้จริงและเป็นพื้นฐานของการคิดแบบชนะ - ชนะ

อุปนิสัยที่ 5 เข้าใจผู้อื่นก่อน แล้วจึงให้ผู้อื่นเข้าใจเรา (Seek First to Understand, Then to be Understood)

เป็นอุปนิสัยในการสื่อสารระหว่างบุคคล ก่อนที่บุคคลทำให้คำแนะนำ เสนอแนะ หรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ควรจะต้องรับฟังผู้อื่นให้มาก รับฟังเพื่อเข้าใจผู้อื่น มองในมุมของผู้อื่น ไม่ใช่รับฟังเพื่อตอบโต้ หรือตัดสินหรือถามคำถามที่เกิดจากประสบการณ์หรือความคิดของเรา อุปนิสัยที่ 5 กล่าวว่าเราต้องพยายามทำความเข้าใจผู้อื่นก่อนแล้วจึงจะได้รับความเข้าใจกลับมา ต้องเรียนรู้ที่จะฟัง ในการรับฟังอย่างเข้าใจเราจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิดพื้นฐานของเราครั้งใหญ่ (paradigm shift) เพื่อให้เข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้พูด เมื่อเราฟังอย่างตั้งใจ เข้าใจผู้พูดได้อย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับความต้องการและความกังวลของผู้พูด ผู้พูดจะยอมเปิดใจรับฟังและให้ความเชื่อถือในแนวคิดของเราอย่างมาก

อุปนิสัยที่ 6 ผนึกพลังประสานความต่าง (Synergize)

อุปนิสัยผนึกพลังประสานความต่าง เป็นอุปนิสัยที่เกิดจากการรวมกันของ 5 อุปนิสัยแรก ด้วยการทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับความแตกต่างของบุคคล เราจึงจะมีโอกาสที่จะสร้างพลังร่วมกัน ซึ่งช่วยให้เราค้นพบความเป็นไปได้ใหม่ โอกาสใหม่ ทางเลือกใหม่ ผ่านมุมมองที่เปิดกว้างและความคิดสร้างสรรค์ มองเห็นและให้คุณค่าของการทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกันดีกว่าการทำงานแบบวิธีฉันวิธเธอ เป็นกระบวนการมีขั้นตอนที่ผู้คนจะนำประสบการณ์ส่วนตัวและความเชี่ยวชาญมาแบ่งปันกัน และเมื่อรวมกันแล้ว จะสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ดีกว่า ที่มีโอกาสน้อยที่เราจะค้นพบหรือทำให้ผลลัพธ์นั้นเกิดได้ด้วยตัวเอง และนำพาทุกคนไปสู่ความสำเร็จ

อุปนิสัยที่ 7 ลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ (Sharpen the Saw)

การลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอเป็นการเปรียบเทียบอุปนิสัยของบุคคลว่าควรต้องให้เวลากับตนเองเพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นในทุกวัน เป็นการแสวงหาการปรับปรุงและฟื้นฟูตนเองอย่างต่อเนื่องเป็นการรักษา

และเพิ่มพูนทรัพยากรที่ดีที่สุดที่บุคคลมี คือตัวตนของเรา ซึ่งการพัฒนา ปรับปรุง พัฒนาตนเองนั้นแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านร่างกาย การพัฒนาด้านอารมณ์/จิตใจ การพัฒนาด้านสังคม/ความสัมพันธ์ และการพัฒนาด้านจิตวิญญาณ เป็นการช่วยให้เราก้าวไปสู่การเจริญเติบโต สร้างสมดุลให้กับชีวิต จากการทำงาน และสิ่งรอบตัว เพิ่มขีดความสามารถในการทำสิ่งต่างๆและจัดการกับความท้าทายรอบตัวอุปนิสัยที่ 7 นี้ จะเป็นอุปนิสัยที่ให้เราฝึกฝนอุปนิสัยทั้ง 6 ประการที่กล่าวมาข้างต้นอย่างสม่ำเสมอ

สมมติฐานในงานวิจัย

1. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
2. บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ กับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ มีทฤษฎีและกรอบแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เจ็ดอุปนิสัยผู้มีประสิทธิภาพสูง (7 Habits of Highly Effective People)

1. การทำงานเชิงรุก
2. การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน
3. การทำตามลำดับความสำคัญ
4. การคิดแบบชนะ-ชนะ
5. การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา
6. การฝึกประสานความต่าง
7. การกลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ



คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Orientation)

1. ความมีอิสระในการบริหารงาน
2. ความมีนวัตกรรม
3. ความกล้าเสี่ยง
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน
5. การทำงานเชิงรุก



บุคลิกภาพบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
(The Big Five Personality)

1. บุคลิกภาพแบบห้วนใจ
2. บุคลิกภาพแบบแสดงออก
3. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์
4. บุคลิกภาพแบบการเห็นพ้อง
5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ทางผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ประชากร คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 11,926 ราย (ฐานข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 395 ราย โดยจากกลุ่มการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอจำนวน 67 ราย กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้จำนวน 77 ราย และกลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 248 ราย โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) หรือเลือกโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Selection) แยกตามกลุ่มอุตสาหกรรมหลักของจังหวัดเชียงใหม่

ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ จำนวน 1 ราย กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ จำนวน 1 ราย และกลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 1 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency: n) ร้อยละ (Percentage: %) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter

ผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบบสอบถามจะถูกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อปรับปรุงคุณภาพของแบบสอบถาม หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับบุคคลทั่วไปจำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนถูกต้อง และตรงตามความต้องการหรือไม่ ก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 : แสดงผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter

Model	Unstandardized		Standardized	t	P-Value
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
อุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ					
(Constant)	.389	.373		1.043	.301
- การทำงานเชิงรุก	-.038	.057	-.053	-.663	.510
- การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน	.081	.106	.093	.766	.447
- การทำตามลำดับความสำคัญ	-.165	.085	-.218	-1.937	.057
- การคิดแบบชนะ-ชนะ	.137	.116	.167	1.182	.242
- การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา	.275	.095	.374	2.909	.005*
- การผนึกประสานความต่าง	-.002	.076	-.003	-.025	.980

- การปล่อยให้อยู่เสมอ	.040	.089	.041	.447	.656
- บุคลิกภาพแบบหัวนัหว	.028	.074	.035	.376	.708
- บุคลิกภาพแบบเปิดเผย	.089	.078	.114	1.149	.255
- บุคลิกภาพแบบเปิดรับ	.126	.080	.150	1.578	.120
ประสบการณ์					
- บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็น	.054	.087	.067	.617	.539
พ้อง					
- บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.280	.073	.340	3.809	.000*

$R = 0.858$, $R^2 = 0.732$, $SEE = 0.2594$, $Durbin-Watson = 2.190$, $F = 14.599$, $P-Value = 0.000$

การผลิตผลกระทบจากไม้					
(Constant)	-0.315	0.357		-0.882	0.382
- การทำงานเชิงรุก	0.038	0.083	0.040	0.450	0.654
- การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายใน	0.141	0.086	0.160	1.640	0.107
ใจที่ชัดเจน					
- การทำตามลำดับความสำคัญ	0.074	0.085	0.097	0.870	0.388
- การคิดแบบชนะ-ชนะ	0.056	0.082	0.074	0.682	0.498
- การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่น	-0.005	0.080	-0.006	-0.057	0.955
เข้าใจเรา					
- การฝึกประสานความต่าง	0.183	0.080	0.240	2.297	0.026*
- การปล่อยให้อยู่เสมอ	0.054	0.061	0.084	0.899	0.372
- บุคลิกภาพแบบหัวนัหว	0.105	0.092	0.097	1.139	0.260
- บุคลิกภาพแบบเปิดเผย	0.064	0.086	0.063	0.739	0.463
- บุคลิกภาพแบบเปิดรับ	0.093	0.070	0.122	1.325	0.191
ประสบการณ์					
- บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็น	0.207	0.074	0.236	2.800	0.007*
พ้อง					
- บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	0.094	0.067	0.125	1.394	0.169

$R = 0.882$, $R^2 = 0.778$, $SEE = 0.2497$, $Durbin-Watson = 2.058$, $F = 15.761$, $P-Value = 0.000$

การผลิตผลกระทบจากไม้

(Constant)	1.165	0.181		6.428	0.000
- การทำงานเชิงรุก	-0.056	0.033	-0.076	-1.693	0.092
- การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน	0.353	0.041	0.478	8.526	0.000*
- การทำตามลำดับความสำคัญ	-0.081	0.034	-0.096	-2.393	0.017*
- การคิดแบบชนะ-ชนะ	0.197	0.044	0.252	4.473	0.000*
- การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา	-0.078	0.043	-0.111	-1.842	0.067
- การฝึกประสานความต่าง	0.024	0.043	0.033	0.550	0.583
- การปล่อยให้คอมอยู่เสมอ	0.051	0.045	0.061	1.132	0.259
- บุคลิกภาพแบบหัวนั้ไหว	-0.086	0.038	-0.109	-2.283	0.023*
- บุคลิกภาพแบบเปิดเผย	0.120	0.030	0.154	4.015	0.000*
- บุคลิกภาพแบบเปิดรับ	-0.082	0.027	-0.111	-2.985	0.003*
- บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง	0.033	0.037	0.043	0.896	0.371
- บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	0.282	0.038	0.377	7.426	0.000*
R = 0.892, R ² = 0.796, SEE = 0.1898, Durbin-Watson = 1.732, F = 76.379, P-Value = 0.000					

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนั้นพบว่า อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคือ ผู้ประกอบการ เสื้อผ้า สิ่งทอ มีอุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนั้นพบว่า อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการฝึกประสานความต่าง และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง ส่งผลต่อคุณลักษณะ

ความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคือ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์จากไม้มีอุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการฝึกประสบการณ์ความต่าง และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนั้นพบว่า อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน ด้านการทำตามลำดับความสำคัญ และด้านการคิดแบบชนะ-ชนะ และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์ และด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคือ ผู้ประกอบการ อาหารและเครื่องดื่ม มีอุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน และด้านการคิดแบบชนะ-ชนะ และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์ และด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก

อภิปรายผลและสรุป

สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยส่วนบุคคลกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

1. กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ

1.1 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ เนื่องจากการเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเราเป็นสิ่งสำคัญของหลักการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรโชค สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง ผลการวิจัยพบว่า การเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา (Seek First to Understand, Then to Be Understood) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

2. กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้

2.1 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการฝึกประสบการณ์ความต่าง ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ เนื่องจากการประสานพลังระหว่างบุคคลนั้นทำให้งานใหญ่ให้สำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรโชค สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง ผลการวิจัยพบว่า การฝึกประสบการณ์ความต่าง (Synergize) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

3. กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

3.1 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม อาจเป็นเพราะผู้ที่มีการวางแผนในการทำงานต่าง ๆ จะสามารถที่จะทำตามขั้นตอนและสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรโชค สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง ผลการวิจัยพบว่า การเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน (Begin with the end in Mind) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

3.2 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการทำตามลำดับความสำคัญ ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม อาจเป็นเพราะเวลา การบริหารอย่างมีประสิทธิภาพก็คือการทำตามลำดับความสำคัญ และการจัดระเบียบ วินัยจัดการและดำเนินการตามความสำคัญ เพื่อทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรโชค สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง ผลการวิจัยพบว่า การทำตามลำดับความสำคัญ (Put First Things First) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

3.3 อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ ด้านการคิดแบบชนะ-ชนะ ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากการคิดแบบชนะ-ชนะเป็นอุปนิสัยแรกในการเอาชนะใจผู้อื่น เป็นการคิดที่มีลักษณะของผู้นำเป็นกรอบของความคิดที่แสวงหาผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรโชค สุขสวัสดิ์ (2558) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง

อุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลัก
ธรรมาภิบาลของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง ผลการวิจัยพบว่า การคิดแบบชนะ-ชนะ (Think Win-Win)
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

1. กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ

1.1 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็น
ผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอ เนื่องจากการ
เข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเราเป็นสิ่งสำคัญของหลักการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิผล อาจเป็น
เพราะเนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอต้องมีความละเอียดรอบคอบ ทำให้
มีความวิตกกังวลกับเรื่องเล็กๆ น้อยๆ และมีการแสดงอารมณ์ต่างๆ ออกมาได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ
กรรณิการ์ สิทธิชัย และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (261) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกและ
แบบเปิดรับประสบการณ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ
ขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมี
อิทธิพลทางบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

2. กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้

2.1 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็น
ผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ กลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ เนื่องจากบุคลิกภาพแบบประนีประนอมเป็น
ผู้มีความอ่อนน้อมถ่อมตนเพื่อขอคำแนะนำจากบุคคลอื่นถึงวิธีการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่
โอกาสแห่งหนทางสู่ความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วทิพย์วิมล จรลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็น
สมาชิกที่ดีขององค์กร ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพ
แบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวมอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

3. กลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

3.1 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ อาจเป็นเพราะ บุคลิกภาพแบบห้วนไหวสูงมักมีความวิตกกังวลง่าย มีแนวคิดไม่สมเหตุผล ถูกกระตุ้นได้ง่าย และมักเครียดอยู่เสมอ จึงมักมองโลกในแง่ร้าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วทิพย์วิมล จรลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบห้วนไหวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ อาจเป็นเพราะ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวจะกล้าจะเปิดเผยจุดอ่อนของตนเพื่อถามและขอคำแนะนำในสิ่งที่ไม่ทราบหรือติดขัดเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาที่เผชิญให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วทิพย์วิมล จรลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ อาจเป็นเพราะ คุณลักษณะของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เป็นส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วทิพย์วิมล จรลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ อาจเป็นเพราะ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกย่อมเป็นผู้ที่มีแนวโน้มรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมุ่งที่จะหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้สำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วทิพย์วิมล จรลี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญ

และฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสร้างโมเดลของอุปนิสัยและบุคลิกภาพที่ดี อันจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามประเภทอุตสาหกรรมในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ในการประกอบกิจการกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มจากผ้าทอคือ ต้องดึงเอกลักษณ์ของธุรกิจของตัวเองออกมาให้ได้ ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจ สินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลา และต้องรักในสิ่งที่ทำ ส่วนในการประกอบกิจการกลุ่มการผลิตหัตถกรรมจากไม้ คือ ต้องศึกษาข้อมูลในการค้าต่างประเทศ รักษาสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตและลูกค้าไม่ว่าจะรายเล็กหรือรายใหญ่ ควรมี connection หรือ ผู้ร่วมธุรกิจ ในเครือข่าย ต้องมีความรวดเร็วและรอบคอบในการส่งสินค้าทุกครั้ง และควรกำกับดูแลพนักงาน และช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ส่วนในการประกอบกิจการกลุ่มการบริการอาหารและเครื่องดื่มคือ หาข้อมูลเกี่ยวกับแฟรนไชส์นั้น ๆ ให้ถี่ถ้วน ใช้ทีมบริหารเป็นเรื่องที่ดี แต่ต้องมั่นใจว่าเป็นทีมที่มีประสบการณ์และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ และหมั่นคอยติดตาม ตรวจสอบเช็คยอดและการทำงานของพนักงาน แต่ต้องไม่ทำให้พนักงานรู้สึกอึดอัดใจ

การนำไปใช้เชิงปฏิบัติ

1. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง ด้านการเริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจที่ชัดเจน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีความตั้งใจที่จะทำงาน เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการ กำหนดระยะเวลาที่แน่นอนในการทำงาน วางแผนสำหรับการทำงานอยู่เสมอ
2. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง ด้านการทำตามลำดับความสำคัญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของงานก่อนหลัง บริหารจัดการงานให้เป็นไปตามเวลาที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง ด้านการคิดแบบชนะ-ชนะ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการส่งงานที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้ส่งงานและผู้รับงาน มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกฝ่ายเป็นสำคัญ

4. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง ด้านการเข้าใจผู้อื่นก่อนให้ผู้อื่นเข้าใจเรา ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น มีความเข้าใจมุมมองของพนักงานอย่างลึกซึ้ง
5. อุปนิสัยของผู้มีประสิทธิผลสูง ด้านการฝึกประสานความต่าง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรยอมรับและสามารถทำงานกับผู้ที่มีความคิดเห็นแตกต่างออกไป วิพากษ์วิจารณ์อย่างสร้างสรรค์ และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการทำงานของทุกฝ่ายในสถานประกอบการ
6. บุคลิกภาพแบบห้วนไห้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรสามารถควบคุมอารมณ์โกรธไม่ห้วนไห้กับคำพูดของคนอื่น
7. บุคลิกภาพแบบเปิดเผย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรหากิจกรรมทำร่วมกับผู้อื่นอยู่เสมอ แสดงความคิดเห็นของตนเองต่อผู้อื่น
8. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเปิดรับคำนิยามและความคิดเห็นที่แตกต่างทางสังคม แสวงหาโอกาสในการทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ
9. บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นพ้อง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีกริยาอ่อนน้อมถ่อมตน ให้ความเป็นมิตร ไว้วางใจให้ผู้อื่นทำงานแทนได้ในบางกรณี
10. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีความระมัดระวังรอบคอบ คำนึงถึงผลดีผลเสียก่อนทำงาน มีระเบียบวินัย และรับผิดชอบต่อหน้าที่

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ สิริชัย และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกและแบบเปิดรับประสบการณ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ใน กรุงเทพมหานคร. บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(3): 275 – 292.
- ชัยวุฒ ตั้งสมชัย และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2557). รายงานผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีน. ศูนย์เตือนภัยธุรกิจภาคเหนือ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปรโชค สุขสวัสดิ์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยผู้มีประสิทธิผล 8 ประการ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล ของบุคลากรเทศบาลนครแหลมฉบัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2561). นิยาม SMEs. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/page.php?modulekey=348>.

วทิพย์วิมล จรลี (2558). บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ของพนักงานกลุ่มบริษัทผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กแห่งหนึ่ง. งานวิจัยส่วนบุคคลศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2): 967 – 988.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2565). Dashboard SME Big Data. สืบค้นจาก <https://sme.go.th/th/page.php?modulekey=348>.

Antonicic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & Denoble, A. F. (2015). The Big Five Personality-Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841.

Cervone, D., Pervin, L.A., (2015). *Personality: Theory and Research*. 13th ed. United States of America .Wiley. p.485

Covey, S. R. (1989). *The 7 habits of highly effective people: Restoring the character ethic*. Simon & Schuster. New York.

Covey, S. R. (2004). *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*. Simon and Schuster. New York.

Donnellan, M. B. and Lucas, R. E. (2008). Age Differences in the Big Five Across the Life Span: Evidence from Two National Samples. *Psychology and Aging*. 23(3). 558-566.

- Fadda, N. (2018), "The effects of entrepreneurial orientation dimensions on performance in the tourism sector", *New England Journal of Entrepreneurship*, Vol. 21 No. 1, pp. 22-44.
- Frese, Michael. (2000). *Success and Failure of Micro business Owners in Africa: A Psychological Approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Headey, B., Muffels, R. and Wagner, G. G. (2010). Long-running German panel survey shows that personal and economic choices, not just genes, matter for happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 107(42). 17922-17926.
- Jawabri A., (2019). The impact of big-5 model leadership traits on team entrepreneurship: An empirical study of small businesses in the UAE. *Journal of Management Science Letters*. Canada. Pp. 497-506.
- Jerry M. burger. (2014). *Personality. 9 threats*. CENGAGE Learning. Pp.4-6
- Jung, C. G. and Godwin Baynes, H. (1921). *Psychologische Typen*. Zurich: Rascher.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of business venturing*, 16(5), 429-451.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. 2nd ed. Guilford Press.
- Perera, D. , Nag, D. and Venkateswarlu, P. (2019) A Study on the Relationship of Entrepreneurial Orientation and Business Performance in the SMEs of Kurunegala District in Sri Lanka. *Theoretical Economics Letters*, 9, 2324-2336.

Schretlen, D. J., Hulst, E. J., Pearlson, G. D. and Gordon, B. (2010). Journal of clinical and experimental neuropsychology. 32(10). 1068-1073.

Wiklund, J. and Shepherd, D. (2005), “Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach”, Journal of Business Venturing, Vol. 20 No. 1, pp. 71-91

Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory analysis. New York: Harper and Row