

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น

The Effects of Entrepreneurial Characteristics on the Street Vendors' Success in Khon Kaen

ดร. วนิตา บุญโฉม

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Dr. Wanita Boonchom

Lecturer of Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Isan, Khon kaen Campus
E-mail: vanita.bo@rmu.ac.th

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 16 มิถุนายน 2562
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 31 กรกฎาคม 2562
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 7 สิงหาคม 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่นจำนวน 300 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านทักษะการนำเสนอ และด้านทักษะการวิเคราะห์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านการสร้างทีมงาน และด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางได้ร้อยละ 49.3

คำสำคัญ : คุณลักษณะผู้ประกอบการ, การค้าข้างทาง, ความสำเร็จ

Abstract

The objective of this research was to study the entrepreneurial characteristics affecting on the street vendors' success in Khon Kaen. The questionnaire was distributed to 300 street vendors as data collection. The mean, standard deviation, correlation coefficient and multiple regression analysis were used to analyze the data in this study. The results revealed that problem solving skill, presentation skill and analytical skill had an impact on the success of street vendors at 0.01 significance level and team building skill and creative thinking had an impact on the success of street vendors at 0.05 significance level. The predictability of the aforementioned independent variables accounted for 49.3 percent.

Keywords: Entrepreneurial Characteristics, Street Vending, Success

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินชีวิตของคนไทย ในหลายประการ โดยเฉพาะความเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ต่อหัวของประชากรที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการกระจายไปสู่ภูมิภาคยังน้อยเมื่อเทียบกับเมืองใหญ่ที่เป็นศูนย์กลาง ก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำในแง่ของรายได้และความเจริญที่ไม่เท่าเทียมกัน ทำให้ไม่สามารถรับแรงงานย้ายถิ่นได้หมด และเกิดการขยายตัวของการจ้างงานที่ไม่เพียงพอ จากการเติบโตของเมืองส่งผลกระทบต่อรูปแบบวิธีการทำมาหากินและวิถีชีวิต ทำให้คนต้องปรับตัวในการหารายได้ให้เพียงพอกับรายจ่ายที่สูงขึ้น จึงเกิดหลายอาชีพในเศรษฐกิจนอกระบบ (Informal Economy) ซึ่งการค้าข้างทาง (Street Vending) เป็นการประกอบอาชีพอิสระอาชีพหนึ่งที่สร้างธุรกิจได้ง่าย สามารถวางขายตามริมสาธารณะ ถนน ตรอก และซอยต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคให้การสนับสนุนกิจกรรมการค้าข้างทางโดยการซื้อสินค้า เนื่องจากร้านค้าข้างทางให้ความสะดวกสบายหรือการจูงใจเสนอสินค้า รวมถึงการที่ผู้บริโภคมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้มีร้านค้าข้างทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการมีจำนวนผู้ค้าข้างทางที่เพิ่มมากขึ้นเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่าการค้าข้างทางเป็นอาชีพหนึ่งที่อยู่ในเศรษฐกิจนอกระบบที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการเปิดโอกาสการมีงานทำให้กับคนว่างงานและเป็นแหล่งกระจายสินค้าที่มีราคาถูก สร้างอาชีพให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ (Niratorn, 2017)

ในส่วนระดับภูมิภาค ภาวะเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งจากด้านการบริโภค การลงทุน การใช้จ่ายสินค้าคงทน และการใช้จ่ายสินค้าในชีวิตประจำวันที่คล่องตัว สำหรับการลงทุนภาคเอกชนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามการใช้จ่ายภาครัฐ (Bank of Thailand, 2018) รวมถึงในจังหวัดขอนแก่น ก็มีการใช้จ่ายภาครัฐ การลงทุนของภาครัฐ เป็นแรงกระตุ้นให้เศรษฐกิจภายในจังหวัดขยายตัว มีการลงทุนจากภาคเอกชนและประชาชนมีการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่ดีขึ้น ทำให้สถานการณ์การค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น มีตลาดค้าข้างทางหลายแห่งเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของภูมิภาค รวมถึงการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนกลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายในการใช้จ่าย ทำให้เกิดธุรกิจการค้าข้างทางมากขึ้นและมีความหลากหลาย รวมถึงระดับฐานะทางเศรษฐกิจและระดับความสำเร็จ ซึ่งสะท้อนจากระดับการลงทุน รายได้ และการประเมินความสำเร็จของผู้ค้าเอง อีกทั้งผู้ค้าจำนวนหนึ่งยังสามารถสะสมทุนและขยายการประกอบอาชีพได้

ถึงอย่างไรก็ตามอัตราการเติบโตของการค้าข้างทางที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้จำหน่ายสินค้าต้องแข่งขันกันในการจัดจำหน่าย และนำกลยุทธ์มาใช้ในการเรียกลูกค้า เสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า เพื่อต้องการอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ดังนั้นการพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการค้าข้างทาง จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพ และเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ (Chokpromanan & Jadesadalug, 2015) ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่สามารถจะประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการประกอบธุรกิจค้าข้างทาง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าข้างทาง สามารถแข่งขันและประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดธุรกิจการค้าข้างทาง

การค้าข้างทางหมายถึง “การประกอบการขายสินค้าประเภทต่างๆ ที่ใช้ประจำวัน ทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค ให้กับผู้ที่ซื้อที่เป็นสาธารณชนทั่วไปบนถนน ตรอก ซอย ทางเท้า พื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่เอกชน จากที่ตั้งซึ่งเป็นที่ตั้งชั่วคราว” (Niratorn, 2017) กิจกรรมการค้าข้างทาง เป็นกิจกรรมในเศรษฐกิจแบบชาวนา (Peasant economy) ขยายตัวเนื่องจากระบบทุนนิยม ด้วยการเสนอสินค้าและบริการราคาถูกให้แก่แรงงาน ทำให้ช่วยลดค่าครองชีพ การเข้าสู่อาชีพการค้าข้างทางเป็นกลยุทธ์เพื่อการอยู่รอด ของกำลังแรงงานสำรอง (Niratorn, 2014) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย กิจกรรมการค้าข้างทางเหล่านี้จึงเป็นกิจกรรมเพื่อการอยู่รอด ผู้ประกอบการมีรายได้น้อยถึงปานกลาง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันไม่เพียงแต่กลุ่มคนรายได้น้อยที่เข้าสู่ธุรกิจค้าข้างทางเท่านั้น ยังพบว่ามีความเข้มข้นขึ้นกลางหรือคนที่มั่งคั่งประจำแต่ต้องการหารายได้เพิ่มเติมก็เข้ามาทำอาชีพค้าข้างทางด้วยเช่นกัน

แนวคิดคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นผู้ที่มีการเริ่มต้นทำสิ่งใหม่ ต้องเผชิญกับความเสี่ยงในระบบธุรกิจ (Boone & Kurtz, 2009) และมีบทบาทการเป็นผู้นำธุรกิจ ส่วนการประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นขั้นตอนของการสร้างสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ซึ่งอาจจะเป็นธุรกิจผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ซึ่งต้องใช้ทรัพยากร ตลอดจนการมุ่งผลลัพธ์ทางด้านกำไรที่เป็นตัวเงิน ความพึงพอใจส่วนตัว และความเป็นอิสระในการบริหารและควบคุมธุรกิจ (Hisrich & Peters, 2002) ซึ่งความอยู่รอดของธุรกิจต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะประสบความสำเร็จในการเริ่มต้นธุรกิจ (Hornaday & Bunker 1970) มีหลายงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับประเด็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยลักษณะต่างๆ มาจากแนวคิดและทฤษฎี Kerr, Kerr & Xu (2018) ดังนี้ บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Big-5), ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement), ความเชื่อในอำนาจภายในตน (Internal locus of control), ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) และการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ซึ่งในธุรกิจค้าปลีกมีผู้ศึกษาคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการค้าปลีกที่ทำให้ธุรกิจสำเร็จ Chaemchanchanok (2011) ดังนี้ 1) ทักษะในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคล ทั้งภายในและนอกองค์กร หรือทุกระดับของสังคม เนื่องจากธุรกิจการค้าปลีกนั้นมุ่งเน้นผู้บริโภคโดยตรง 2) ทักษะการขาย เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกจะเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ ดังนั้นผู้ประกอบการค้าปลีกจึงจำเป็นต้องมีทักษะ และศิลปะในการขาย เพื่อให้สามารถจูงใจผู้ซื้อ 3) ทักษะในการสื่อสาร เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการค้า ต้องมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการขายได้ เช่น การสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การมีศิลปะในการเจรจาต่อรอง และการพูดชัดเจนตรงประเด็นกระตุ้นให้ผู้ฟังรู้สึกคล้อยตาม เป็นต้น 4) ความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อมีปัญหาใดเกิดขึ้นกับกิจการ พนักงาน หรือลูกค้า ผู้ประกอบการต้องหาวิธีการแก้ปัญหาให้ทันได้ เช่น สินค้าไม่พอขายก็ต้องรีบจัดซื้อมาขาย ลูกค้ามีปัญหาเรื่องราคาหรือเรื่องผลิตภัณฑ์ก็ต้องพยายามแก้ปัญหาหรือจัดซื้อได้แก่ของของลูกค้าให้หมดไป เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการของร้านอีก 5) ทักษะในการสร้างทีมงาน บุคคลที่ทำงานร่วมกัน ต้องมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ทั้งด้านการขาย บัญชี การผลิต รวมถึงการดูแลความปลอดภัยที่ต้องช่วยกันทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ 6) ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการค้าจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย การบริหารสินค้า และการโฆษณา เพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดความภักดีและสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ ตลอดจนสามารถจูงใจลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และให้ธุรกิจสามารถเพิ่มยอดขายได้ 7) ความคิดริเริ่ม ผู้ประกอบการค้าต้องมีความสามารถในการคิดริเริ่มเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยจะต้องจัดหาสินค้าที่มีลักษณะแปลกใหม่และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนผู้ประกอบการต้องมีศิลปะในการขายที่ดีจึงจะส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น

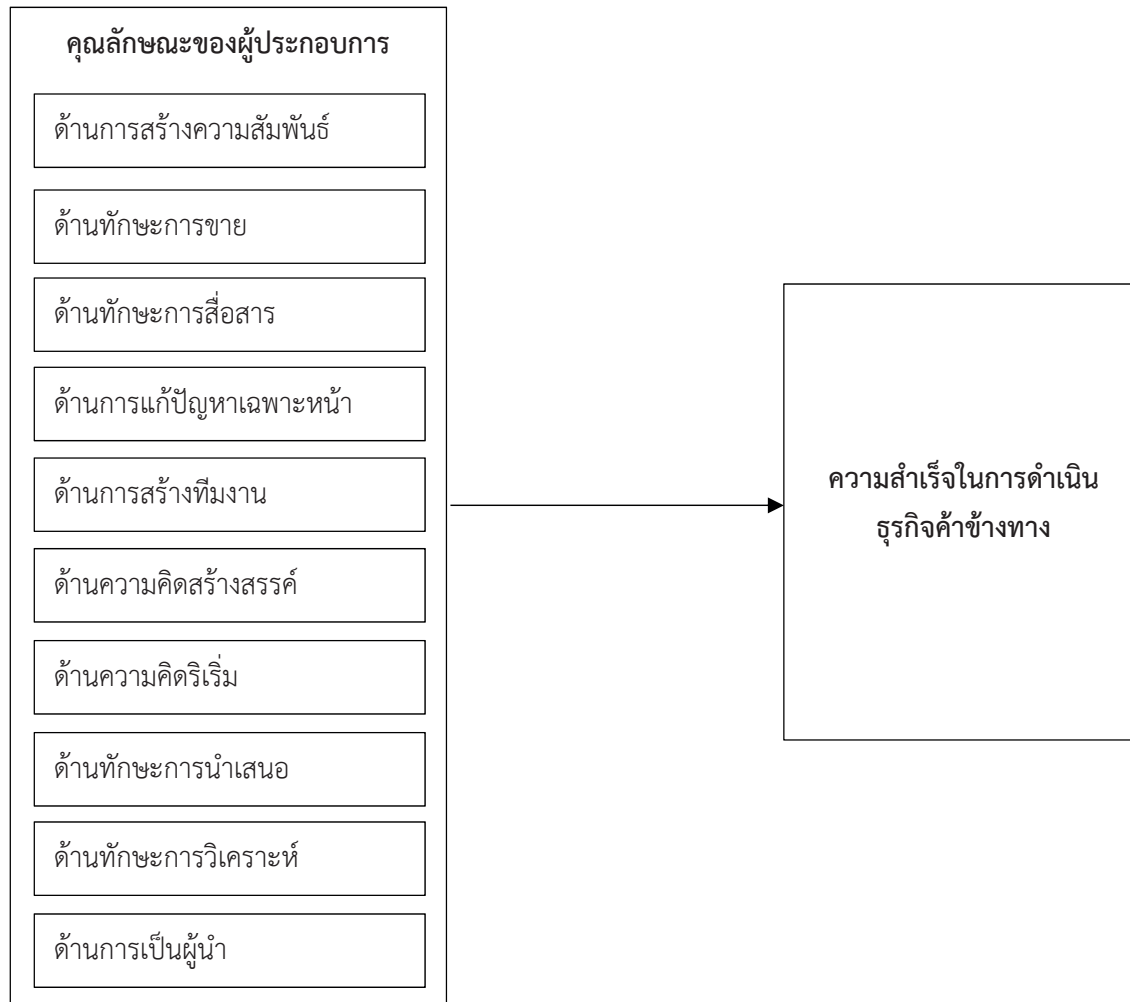
ทำให้ธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง 8) ทักษะในการนำเสนอ ผู้ประกอบการค้าจะต้องพยายามนำเสนอสินค้า โดยใช้ให้ลูกค้าเห็นว่าสินค้านั้นมีประโยชน์อย่างไร ต้องอธิบายถึงวิธีการใช้งาน และในบางครั้งอาจต้องสาธิตวิธีการทำงานของสินค้าให้ลูกค้าดูเป็นตัวอย่าง ตลอดจนหาวิธีการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าอีกด้วย 9) ความสามารถในการวิเคราะห์ หน้าที่ของธุรกิจการค้าจะเกี่ยวข้องกับการซื้อและการขาย ดังนั้นผู้ค้าจะต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดปัญหา การหาสาเหตุของปัญหา การหาวิธีการแก้ปัญหา และการตัดสินใจแก้ปัญหได้อย่างเหมาะสม และ 10) ความสามารถในการเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการต้องมีภาวะความเป็นผู้นำในการที่จะจูงใจให้ใช้ความสามารถในการขาย มีการทำงานเป็นทีม ตลอดจนการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันได้ จากแนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดด้านคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกมีลักษณะเป็นธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กประเภทหนึ่ง

แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมต้องการให้กิจการอยู่รอดและประสบความสำเร็จ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor-CSFs) มีทั้ง ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี และระบบบุคลากร (Wangbenmad & Bindulem, 2014) รวมถึงนวัตกรรม (Kaewmanee & Chiyachantana, 2018) ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความแตกต่าง ตลอดจนกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้ โดยการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จ Pitaksakulkasem (2006) และ Kaplan & Norton (1996) ดังนี้ ด้านแรกคือ การเงิน ได้แก่ ผลกำไร สภาพคล่องของกิจการหรือธุรกิจ ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ สินค้าคงเหลือ และการลงทุนต่างๆ ด้านที่สองคือ ลูกค้า วัดจากจำนวนฐานลูกค้าเดิม ลูกค้าใหม่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งมอบสินค้า และความสามารถในการทำการตลาดโดยอ้างอิงจากยอดขาย เป็นต้น ด้านที่สามคือ กระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหาร และการดำเนินธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ถึงแม้จะมียอดขายสูง ก็อาจไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างที่ควรเป็น ดังนั้น จำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพสินค้าและบริการ จำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมให้เหมาะสม ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าทั้งการใช้วัตถุดิบ แรงงาน การบริหารเวลาในการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ความปลอดภัยในการทำงาน และความยืดหยุ่น พิจารณาจำนวนครั้งของการเกิดปัญหา ทักษะและการพัฒนาทักษะของพนักงาน ขวัญกำลังใจของลูกจ้างจากอัตราผลตอบแทน การสำรวจความพอใจและจำนวนการร้องเรียน และด้านสุดท้ายคือ การเรียนรู้และการเติบโต วัดความรู้ความสามารถของพนักงาน จากการฝึกอบรม ประสบการณ์ และการวัดผลการปฏิบัติงาน และการเรียนรู้ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ นวัตกรรมสินค้าของกิจการ ทั้งจากจำนวนของสินค้าใหม่ หรือการพัฒนาสินค้าเดิม ตลอดจนความรวดเร็วในการสร้างสินค้าใหม่ สรุปการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวคิดงานวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1): ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านทักษะการขาย ด้านทักษะการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านการสร้างทีมงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความคิดริเริ่ม ด้านทักษะการนำเสนอ ด้านทักษะการวิเคราะห์ และด้านการเป็นผู้นำ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าช่องทางของผู้ประกอบการในจังหวัดขอนแก่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าช่องทางในจังหวัดขอนแก่น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านค้าช่องทาง ในสถานที่ที่มีร้านค้าช่องทาง จำนวน 11 แห่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 1,253 ร้านค้า

กลุ่มตัวอย่าง จากผู้ประกอบการค้าช่องทาง 1,253 ร้านค้า หาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ (Krejcie & Morgan, 1970) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 300 ร้านค้า มีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 11 กลุ่ม ตามสัดส่วนประชากร แล้วทำการเลือกให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ ดังนี้

ร้านค้าข้างทาง	ตลาดต้นตาล	กิ่งตาล	ตลาดโต้ง	หน้าวัดลำ	เปิดท้ายมข.	ถนนคนเดินศูนย์ราชการ	หน้าโลตัสโนนม่วง	ตลาด62บล็อก	บึงแก่นนคร	ถนนคนเดินพระคิ	คลองถมท่าพระ	รวม
จำนวนประชากร (ผู้ประกอบการ)	400	50	180	17	200	90	14	60	62	120	60	1,253
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	96	12	43	4	48	22	3	14	15	29	14	300

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมความสำเร็จการค้าข้างทาง โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ รวมมีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการค้าข้างทาง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า มีจำนวน 28 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า มีจำนวน 9 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน นำผลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item - Objective Congruence) ผลที่ได้จากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นเหมาะสมสามารถนำไปสอบถามได้

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ประเมินคุณภาพโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ของคอนบัค (Cronbach's Alpha Method) ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.789 - 0.826 ดังตารางที่ 1 ซึ่งค่าที่ได้มากกว่า 0.7 ถือว่าผ่านเกณฑ์ (Nunnally, 1978) จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความน่าเชื่อถือเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์อัลฟา

ปัจจัย	Reliability Cronbach's alpha
ด้านการสร้างความสัมพันธ์	0.794
ด้านทักษะการขาย	0.796
ด้านทักษะการสื่อสาร	0.808
ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	0.789
ด้านการสร้างทีมงาน	0.806
ด้านความคิดสร้างสรรค์	0.797
ด้านความคิดริเริ่ม	0.812
ด้านทักษะการนำเสนอ	0.802
ด้านทักษะการวิเคราะห์	0.822
ด้านการเป็นผู้นำ	0.794
ความสำเร็จด้านการเงิน	0.803
ความสำเร็จด้านลูกค้า	0.804
ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน	0.808
ความสำเร็จด้านการเรียนรู้และการเติบโต	0.826

การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยวิธี stepwise

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีเพศหญิงจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56 เพศชายจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ ระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อาชีพอื่นๆ(นอกเหนือจากการประกอบธุรกิจการค้าข้างทาง) ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 และส่วนใหญ่ภูมิลำเนาอยู่ขอนแก่น จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 78

ข้อมูลปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำแนกตามคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และข้อมูลความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านการสร้างความสัมพันธ์	4.36	0.511	มาก
ด้านทักษะการขาย	4.24	0.580	มาก
ด้านทักษะการสื่อสาร	4.44	1.147	มาก
ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	4.28	0.529	มาก
ด้านการสร้างทีมงาน	4.28	0.567	มาก
ด้านความคิดสร้างสรรค์	4.20	0.607	มาก
ด้านความคิดริเริ่ม	4.20	0.658	มาก
ด้านทักษะการนำเสนอ	4.24	0.607	มาก
ด้านทักษะการวิเคราะห์	4.24	0.626	มาก
ด้านการเป็นผู้นำ	4.26	0.616	มาก
รวม	4.27	0.413	มาก

จากตารางที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านทักษะการสื่อสารมีระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.44 ด้านการสร้างความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ 4.36 ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและด้านการสร้างทีมงานจัดอยู่ในระดับมาก ทั้งสองปัจจัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านการเป็นผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.26 ด้านทักษะในการนำเสนอ ด้านทักษะการวิเคราะห์ และด้านทักษะการขาย อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.24 ในส่วนด้านความคิดสร้างสรรค์และด้านความคิดริเริ่มอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 4.20

ตารางที่ 3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเงิน	4.17	0.664	มาก
ด้านลูกค้า	4.11	0.616	มาก
ด้านกระบวนการภายใน	4.28	0.577	มาก
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	4.22	0.617	มาก
รวม	4.19	0.504	มาก

จากตารางที่ 3 ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการภายในอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือด้านการเรียนรู้และการเติบโตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมาก ในส่วนทางด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.17 และด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 4.11 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละด้าน

ปัจจัย	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}
ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (x_1)	1									
ด้านทักษะการขาย (x_2)	.437**	1								
ด้านทักษะการสื่อสาร (x_3)	.216**	.259**	1							
ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (x_4)	.368**	.482**	.109	1						
ด้านการสร้างทีมงาน (x_5)	.415**	.395**	.218**	.523**	1					
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (x_6)	.417**	.374**	.180**	.404**	.452**	1				
ด้านความคิดริเริ่ม (x_7)	.292**	.246**	.067	.291**	.360**	.526**	1			
ด้านทักษะการนำเสนอ (x_8)	.345**	.401**	.217**	.393**	.420**	.541**	.406**	1		
ด้านทักษะการวิเคราะห์ (x_9)	.308**	.338**	.130*	.388**	.416**	.504**	.455**	.487**	1	
ด้านการเป็นผู้นำ (x_{10})	.358**	.350**	.163**	.475**	.450**	.523**	.447**	.577**	.576**	1

**p<0.01, *p<0.05

จากตารางที่ 4 การทดสอบตัวแปรตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น สำหรับการใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ คือ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรทุกคู่มีขนาดความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระหว่าง 0.13 - 0.577 ในส่วนค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 1.499 – 1.688 แสดงดังตารางที่ 5 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วม (O'brien, 2007) และการทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน Durbin-watson ทดสอบพบว่ามีค่าเท่ากับ 1.715 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณได้

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

Model	Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig	VIF
	Coefficients					
	B	Std. Error	Beta			
Constant	0.75	0.21		3.62	0.00**	
ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (x ₄)	0.29	0.05	0.03	5.93	0.00**	1.499
ด้านการสร้างทีมงาน (x ₅)	0.10	0.05	0.11	2.18	0.03*	1.547
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (x ₆)	0.10	0.04	0.12	2.28	0.02*	1.636
ด้านทักษะการนำเสนอ (x ₈)	0.14	0.04	0.17	3.20	0.00**	1.688
ด้านทักษะการวิเคราะห์(x ₉)	0.18	0.04	0.22	4.26	0.00**	1.587

R Square = .493, Adjusted R² = .484, F = 56.923, ** p<0.01, *p<0.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านทักษะการนำเสนอ และด้านทักษะการวิเคราะห์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ ปัจจัยด้านการสร้างทีมงาน และด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่า R Square เท่ากับ 0.493 คือ ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ได้แก่ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสร้างทีมงาน ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการนำเสนอ และทักษะการวิเคราะห์ สามารถร่วมกันอธิบายความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางได้ ได้ร้อยละ 49.3

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านการสร้างทีมงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านทักษะการนำเสนอ และด้านทักษะการวิเคราะห์ ส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง และสามารถอธิบายถึงปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น ได้ดังนี้

ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยธุรกิจค้าข้างทางนั้น เป็นธุรกิจที่จะต้องวางแผนตลอดเวลา บางร้านค้าต้องวางแผนวันต่อวัน ซึ่งปัญหาเฉพาะหน้าของการค้าข้างทางมักจะเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง เช่น เกิดปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ สภาพอากาศ ลูกค้า หรือการสั่งซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้า ซึ่งเป็นปัญหาเฉพาะหน้าที่เหนือการคาดเดา สิ่งที่คุณประกอบการต้องทำก็คือ การใช้ประสบการณ์มาแก้ปัญหาดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนสถานที่ทำเล ขยายการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ หรือหาแหล่งการซื้อวัตถุดิบใหม่สำรอง ฯลฯ ซึ่งผู้ประกอบการต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้านี้ในขณะเวลานั้นๆ และต้องอาศัยความกล้าตัดสินใจ มีไหวพริบ และความรอบคอบ สามารถรับมือกับความไม่แน่นอนของธุรกิจ หรือความไม่พอใจของลูกค้าได้ สามารถจัดซื้อได้แย่งของลูกค้าให้หมดไป มีการแก้ปัญหาอย่างมีสติและคิดอย่างรอบคอบ สอดคล้องกับ Arunpoo (2014) กล่าวว่าคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหายุ่งยากเฉพาะหน้า รวมถึงมีความฉับไว และความละเอียดรอบคอบต่อสิ่งรอบข้างเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ Jittapalo & Lertkanjanawat (2003) การเป็นคนช่างสังเกต รอบคอบ และมีไหวพริบ เป็นคุณสมบัติของผู้ประกอบการ เพื่อแก้ไขปัญห ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด และสร้างความได้เปรียบในธุรกิจ

ด้านการสร้างทีมงาน ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น โดยการค้าข้างทางนั้น ลักษณะการขายสินค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่ต้องใช้คนหลายคน มาทำหน้าที่ต่างๆ เป็นทีมงาน ทักษะของผู้ประกอบการในการการสร้างทีมให้เข้มแข็ง จะสามารถทำให้ร้านค้าสามารถแข่งขันต่อไปได้ สอดคล้องกับ Manooosilp (2015) โดยกระบวนการของทีมเป็นการดำเนินงานที่เกิดจากการร่วมกันปฏิบัติงานของสมาชิกเพื่อเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้าทั้งหลายให้กลายเป็นผลผลิต องค์ประกอบของกระบวนการของทีม ได้แก่ ภาวะผู้นำทีม การมีส่วนร่วม การติดต่อสื่อสาร ความเหนียวแน่นในทีม การตัดสินใจ ของทีม และการจัดการความขัดแย้ง สมาชิกในทีมทุกคนต้องร่วมกันบริหารจัดการกระบวนการดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพจึงจะสามารถผลักดันทีมไปสู่ความมีประสิทธิภาพได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Harrington-Mackin (1994) การมีทีมที่มีคุณภาพจะมีส่วนทำให้องค์การประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kornwhacharajaroen (2012) ทีมที่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารงานให้บรรลุผลสำเร็จได้

ด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น การทำธุรกิจค้าข้างทาง ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ธุรกิจต้องปรับตัวเป็นอย่างมากเพื่อการแข่งขันในตลาดได้ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การแสดงออกหรือปฏิบัติที่เป็นผลงานออกมาว่าเป็นความคิดนอกกรอบ และสามารถเชื่อมโยงความคิดหลากหลายออกมาสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เทคโนโลยีนวัตกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Teepapal & Karawek, 2018) สอดคล้องกับ Piyapaneephong (2015) การมีความคิดที่สร้างสรรค์ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางการคิดระดับสูง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะสามารถสร้างสรรค์ตนเองและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในลักษณะที่เหมาะสม ช่วยให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ และสอดคล้องกับ Tanhakorn & Chantuk (2018) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์งาน และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย หรือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่ธุรกิจจะสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยเป็นการการต่อยอด สร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ ที่มีการแข่งขันสูง อันจะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้

ด้านทักษะการนำเสนอส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น ผู้ประกอบการค้าข้างทางจะต้องพยายามนำเสนอสินค้าและบริการ โดยใช้ให้ลูกค้าเห็นว่าสินค้านั้นมีประโยชน์อย่างไร ตลอดจนหาวิธีการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าให้ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Maneesong (2003) การนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่และแตกต่างจะทำให้ธุรกิจอยู่รอด และการนำเสนอเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อชักจูงให้ลูกค้ายอมรับในตัวสินค้า ดังนั้นในโลกแห่งการขายและธุรกิจ การนำเสนอที่ดีและประทับใจ จะเป็นสัญญาณที่เป็นบวกสำหรับการขายและทำธุรกิจ ซึ่งการนำเสนอต้องชัดเจน และให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในทันที จึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

ด้านทักษะการวิเคราะห์ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น หน้าทีของธุรกิจการค้าจะเกี่ยวข้องกับการซื้อและการขาย ผู้ประกอบการค้าข้างทางจะต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ธุรกิจสามารถตัดสินใจ หาสาเหตุและวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ Jancharoenphon & Jadesadulug (2015) ผู้ประกอบการต้องสามารถตัดสินใจ วิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ มีการปรับตัว ติดตามแนวโน้มความนิยมของลูกค้า สามารถวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่ง นำกลยุทธ์ที่เหนือกว่ามาใช้ เช่น การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา และมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวของให้ธุรกิจค้าข้างทางให้สามารถขายสินค้าได้ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสร้างทีมงาน ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการนำเสนอ และการเป็นผู้วิเคราะห์ เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งงานวิจัยนี้มีประโยชน์ในทางปฏิบัติโดยที่ผู้ประกอบการค้าข้างทางสามารถนำเอาผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ในการแข่งขันทางธุรกิจค้าข้างทางค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตตามสังคมที่เปลี่ยนแปลง ตลาดค้าข้างทางถูกนำมารวมกับธุรกิจท่องเที่ยว ในรูปแบบถนนคนเดิน เปิดท้าย เป็นต้น จึงมีร้านค้าเกิดขึ้นมากมายเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรเน้นสร้างและพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เพื่อการอยู่รอดในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันรุนแรงได้ ส่วนในทางทฤษฎีเป็นการต่อยอดทฤษฎีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และพัฒนารอบงานวิจัยที่แสดงให้เห็นองค์ประกอบของทักษะที่สำคัญของผู้ประกอบการค้าข้างทางที่พึงมี

การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และศึกษาแยกประเภทธุรกิจค้าช่องทางตามประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะและทักษะของผู้ประกอบการตามประเภทของธุรกิจ เพื่อให้สามารถทราบข้อเท็จจริงเชิงลึกของผู้ประกอบการค้าช่องทางในจังหวัดขอนแก่น และศึกษาค้าช่องทางในจังหวัดอื่น รวมถึงศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคสินค้าช่องทาง เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจให้เกิดความสำเร็จต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Arunpoo, S. (2014). The study of desirable competencies of successful entrepreneurs in service business of counter service company limited. *Panyapiwat Journal*, 5(2), 90-102.
- Bank of Thailand. (2018). *Yearly Report on Economic and Monetary Conditions*. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/EconomicReport/DocLib_AnnualRepo/Report_2018.pdf.
- Boone, L.E., & Kurtz, D.L. (2009). *Contemporary Business*. (14th ed). Orlando: Harcourt College Publishers.
- Chaemchanchanok, J. (2011). *Key success factors of retailers on women apparel in Chatuchak market* (Master's Project). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Chokpromanan, W., & Jadesadalug, V. (2015). The affects entrepreneur characteristic on the successful operation of store entrepreneur in Don Wai Floating Market, Nakhonpathom Province. *Veridian E-Journal Silpakorn University, Humanities, Social Sciences, and Arts*, 8(2), 967-988.
- Harrington-Mackin, D. (1994). *The team building tool kit: Tips, tactics, and rules for effective work place teams*. New York: American Management Association.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed). New York: Mc Graw-Hill.
- Hornaday, J. A., & Bunker, C. S. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23(1), 47-54.
- Jancharoenphon, S., & Jadesadalug, V. (2015). The impact of entrepreneurial orientation and market orientation on customer response and competitive advantage of drugstore, Nakhon Pathom. *Veridian E-Journal Silpakorn University, Humanities, Social Sciences, and Arts*, 8(1), 1176-1191.
- Jittapalo, U., & Lertkanjanawat, N. (2003). *Business and Entrepreneurs*. Bangkok: Education supply.
- Kaewmanee, T., & Chiyachantana, C. (2018). The role of innovation to the success of small and medium-sized home furniture & decoration business. *Journal of MCU Peace Studies*, 6(2), 606-618.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy to Action*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kerr, S.P., Kerr, W.R., & Xu, T. (2018). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356.

- Kornwhacharajaroen, T. (2012). *Factors Affecting Team Work Efficiency of employees of Employees of Quality Houses Public Company Limited* (Master's Independent study). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Maneesong, O. (2003). *Direct marketing* (1st ed). Chiang Mai: The Knowledge Center.
- Manoosilp, P. (2015). Factors affecting team effectiveness. Humanities and Social Sciences. Journal of Graduate School, *Pibulsongkram Rajabhat University*, 9(2), 1-28.
- Niratorn, N. (2014). Management of Street Vending in Bangkok: Observations and Recommendations. *Journal of Sociology and Anthropology*, 33(2), 47-72.
- Niratorn, N. (2017). *Administration of Street Vending in Thailand :The Situation and Policy Recommendations*. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- O'brien, R. M. (2007). A Caution Regarding Rules of Thumb for Variance Inflation Factors. *Quality & quantity*, 41(5), 673-690.
- O'brien, R. M. (2007). A Caution Regarding Rules of Thumb for Variance Inflation Factors. *Quality & quantity*, 41(5), 673-690.
- Piyapaneephong, P. (2015). *Creative Creations, Learning and Teamwork Affecting Organizational Atmosphere of Employees in the MONO Group Companies Limited*. (Master's Independent study). Bangkok University, Bangkok.
- Pitaksakulkasem, W. (2006). *Critical success factors of guesthouse business in Mueang District Chiang Mai Province* (Master's Independent study). Chiang Mai University, Chiang Mai.
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2018). Success Factors for Creative Entrepreneurs in the Creative Economy. *Veridian E-Journal Silpakorn University, Humanities, Social Sciences, and Arts*, 11(1), 396-410.
- Teepapal, D., & Karawek, S. (2018). A Model of Employees' Creative Thinking and Innovation Behavior in Thai Business Organization. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 7(1), 180-193.
- Wangbenmad, C., & Bindulem, T. (2014). Factors of Success of SMEs Business in Hat Yai district, Song Khla province. *Journal of Management Science*, 1(1), 109-124.