

อิทธิพลของแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่ส่งผลต่อความตั้งใจ
ประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย
THE INFLUENCE OF MOTIVATION, ABILITY, AND OPPORTUNITY
ON ENTREPRENEURIAL INTENTIONS FOR SUCCESSFUL
BUSINESS OPERATIONS IN THAILAND

แสงสุข พิทยานุกุล¹
Sangsuk Pithayanukul

Received August 7, 2024

Revised September 9, 2024

Accepted October 16, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ระดับแรงจูงใจ ความสามารถ โอกาส และความตั้งใจประกอบธุรกิจ รวมถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และอิทธิพลของแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional descriptive study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary selection) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย มีช่วงอายุระหว่าง 25-40 ปี ดำเนินกิจการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาค่อนข้างสูงคือระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ 3 -5 ปี ทั้งนี้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน ทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดของธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรต่อความตั้งใจ ร้อยละ 10.6 ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความสามารถ รองลงมาคือ แรงจูงใจ และโอกาส ตามลำดับ ข้อเสนอแนะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ควรหาแนวทางสร้างแรงจูงใจ ความสามารถ โอกาส ในการดำเนินธุรกิจกับผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ให้เติบโตและอยู่รอดได้ในระยะยาวต่อไป

คำสำคัญ: แรงจูงใจ ความสามารถ โอกาส ความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจ

¹ เกสัชกร อธิการบดี สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอโยธยา ผู้เขียนหลัก E-mail Address:

somyamada8@gmail.com

Pharmacist, Chancellor, Institute of Entrepreneurial Science Ayothaya, Corresponding Author,

E-mail Address: Sangsuk@iesa.ac.th

Abstract

This quantitative survey research studied entrepreneurial characteristics, motivation levels, capabilities, opportunities and business intentions as well as characteristics affecting business intentions for success. In addition, the influence of motivation, capabilities, and opportunities on business intentions for success among entrepreneurs in Thailand was examined. Cross-section data was collected by questionnaire from 400 entrepreneurs active for at least three years in Thailand, chosen by non-probability sampling with voluntary selection. Data was analyzed by descriptive and inferential analytics. Results were that female samples outnumbered males, and were mostly aged from 25 to 40, with up to five employees. Most had earned bachelor's degrees and had three to five years of business experience. Sample business intentions differed, independently of gender, age and educational level. Business size and duration of business operations positively influenced samples business intention to succeed. These findings explained 10.6 percent of variance in intention, with the most influential factor being ability, followed by motivation and opportunity, respectively. Therefore, agencies promoting entrepreneurship should create incentives, capabilities, and opportunities for entrepreneurs to boost competitiveness for long term growth and survival.

Keywords: Motivation Ability Opportunity Business intention

บทนำ

ท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนของประเทศ ประกอบกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว และสภาพการแข่งขันในตลาดแรงงานที่รุนแรง อาชีพผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ จึงเป็นหนึ่งในหนทางที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย (สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, 2565) ดังเช่น Xu et al. (2021) ที่พบว่า การเพิ่มขึ้นของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการลดความยากจน และยังมีส่วนในการเพิ่มขึ้นของมาตรฐานการครองชีพของประชาชน ทำให้รัฐบาลสามารถเก็บภาษีได้เพิ่มขึ้น และสามารถที่จะนำเงินที่ได้จากการเก็บภาษีมาพัฒนาสวัสดิการทางสังคมให้แก่ประชาชน เช่น การสร้างโรงพยาบาล การสร้างโรงเรียน และปรับโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ โดยการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม (Xu et al., 2021) ดังจะเห็นได้ว่าทางภาครัฐหันมาให้ความสนใจและส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises) ถือเป็นกลไกสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, 2565)

อย่างไรก็ตาม แม้หน่วยงานต่าง ๆ จะให้การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ แต่ยังคงพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันที่สูงขึ้น จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจที่สามารถเข้าถึงตลาดและลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากขึ้น ขณะเดียวกันบางกิจการกลายเป็นอุปสรรคจนต้องปิดกิจการลงในที่สุด (Hull et al., 2007; สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, 2565) จะเห็นได้จากข้อมูลล่าสุด ณ เมษายน 2566 มีจำนวนวิสาหกิจ รวมทั้งสิ้น 3,187,378 ราย เป็นธุรกิจจัดตั้งใหม่ มีจำนวน 6,041 ราย เพิ่มขึ้นจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2565 12.4 % ส่วนธุรกิจที่เลิกประกอบกิจการ มีจำนวน

936 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2565 10.1% แสดงดังภาพที่ 1 ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

การยกเลิกกิจการ เมษายน 2566



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนธุรกิจที่เลิกประกอบกิจการ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) รายเดือน. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

จากข้างต้น จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และปัจจัยอื่น ๆ จะเอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ แต่ยังมีธุรกิจเป็นจำนวนมากที่ต้องยกเลิกกิจการไป ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานของ Global Entrepreneurship report 2020-2021 ได้ทำการสำรวจสถานการณ์ทั่วโลก พบว่า จำนวนรายได้จากผลประกอบการของผู้ประกอบการลดลงในช่วงโควิด-19 รวมถึงโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลงเช่นกัน เพราะมีการเลิกกิจการหรือลดกิจกรรม และลดขนาดกิจการลงอย่างเห็นได้ชัด (GEM, 2022) แต่อย่างไรก็ตามจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหลังเกิดโควิด 19 ทำให้เกิดทั้งโอกาสและอุปสรรค บางกิจการทำให้มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ แต่บางกิจการกลายเป็นอุปสรรคจนต้องปิดกิจการลงในที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความไม่แน่นอนสูง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งผู้ที่ได้ผลกำไร และผู้ที่ขาดทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ (สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, 2565)

ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นลักษณะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ก่อตั้งองค์กรใหม่ หรือปรับปรุงงานใหม่ โดยเฉพาะสร้างโอกาสทางธุรกิจ (Shal & Kadery, 2021) ในการเริ่มต้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการต้องมีแรงจูงใจที่จะสร้างการเติบโตแก่ธุรกิจ ทั้งในระดับปัจเจกชน (Individual Level) เช่น ทักษะคติ ความรู้ ทักษะความสามารถของผู้ประกอบการและผู้บริหาร ฯลฯ (Mason et al. 2009) ระดับองค์กร (McKelvie & Wiklund, 2010) และระดับสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (Business environment level) (Brinckmann, 2008) และแรงจูงใจจะเพิ่มขึ้น เมื่อบุคคลนั้นรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถต่อการทำงาน (Deci & Ryan, 2000)

ปัจจุบันนักวิชาการได้สนใจศึกษาว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จควรมีสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการอย่างไร ในท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ของศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ต้องการได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็วและ

หลากหลาย ผู้บริโภคจึงมีโอกาสเปลี่ยนความต้องการบริโภคสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องมีการปรับปรุงองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ และพัฒนาสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง (ประจักษ์ ปภีทัศน์, 2560) ซึ่งความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการ (Ability) ที่มีอยู่ในตัวจะสามารถเข้าใจและตระหนักรู้ได้ด้วยตนเองในทันทีว่ามีโอกาสทางธุรกิจ (Business opportunities) เกิดขึ้นเมื่อใด และอย่างไร ซึ่งโอกาส (Opportunity) ในเชิงธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการนี้ เป็นการมองเห็นความต้องการของตลาด (Market needs) และมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จในการตอบสนองตามความต้องการของตลาด โดยที่ Edward De Bono เชื่อว่าโอกาสทางธุรกิจ คุ่มค่าที่จะแสวงหาปัจจัยภายนอกและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สามารถช่วยให้กิจกรรมใด ๆ บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ได้ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดและการจัดการองค์กรเช่น โอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ โอกาสในการซื้อกิจการอื่น ๆ (Take over) โอกาสในการขยายตลาดจากการขายภายในประเทศไปสู่ตลาดอาเซียน และตลาดโลก ฯลฯ (Bono, 2010)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส (MAO) มีผลต่อการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และในประเทศไทยยังขาดการศึกษาถึงปัจจัยดังกล่าวทั้ง 3 ปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส ที่มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไทย เพื่อจะช่วยให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจให้เกิดประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และอื่น ๆ สามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ พัฒนาความรู้ ความสามารถ และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการ
2. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจ ความสามารถ โอกาส และความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย
3. เพื่อศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส (MAO) ของ Macinnis & Jaworski (1989) ที่รวมมาจากแนวคิดทางจิตวิทยา ทั้ง 3 ทฤษฎี ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสมมติฐานที่ว่าผู้บริโภคประสบกับอุปสรรคในการดำเนินการ เนื่องจากขาดแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสเนื่องจากขาดแรงจูงใจ ความสามารถ หรือโอกาสในการกระทำหรือทั้ง 3 ปัจจัยรวมกัน ดังนี้

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการมีตัวแปรความที่สำคัญที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาประกอบกิจการ อาทิ ธนะพัฒน์ วิจิต (2565) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบของธุรกิจ และเงินทุนในการประกอบกิจการ

นอกจากนี้ ทางด้านระดับการศึกษาของผู้ประกอบการนั้น Leporati et al. (2021) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการระดับสูงในประเทศชิลี พบว่า ประสบการณ์ การศึกษา และอายุของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สำหรับตัวแปรด้านขนาดของกิจการ Crouzet and Mehrotra (2020) ได้ชี้ให้เห็นว่า กิจการที่มีขนาดใหญ่จะประสบความสำเร็จมากกว่ากิจการที่มีขนาดเล็ก

แรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ในบริบทของการประกอบธุรกิจ แรงจูงใจอาจมาจากปัจจัยภายใน เช่น ความต้องการประสบความสำเร็จ หรือปัจจัยภายนอก เช่น ผลตอบแทนทางการเงิน ทั้งนี้ แรงจูงใจของแต่ละบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างธุรกิจใหม่ (Barba & Atienza, 2017) ซึ่งแรงจูงใจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ตามแนวคิดของ Audretsch, et al. (2006) ได้แก่ ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความมั่นคงของรายได้ ด้านการได้เป็นที่รู้จัก ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคม โดยการศึกษาของ Wach et al. (2016) ได้พบว่า ปัจจัยของแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก นำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ กล่าวคือ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นปัจจัยดึงดูดเชิงบวก เนื่องจากผู้ที่ปรารถนาอิสระภาพมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองมากกว่าพึ่งพาผู้อื่น การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องตัดสินใจด้วยตนเอง (Darrene & Ellen, 2021) ส่วนแรงจูงใจด้านการเงินมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ และยังสามารถกระตุ้นให้คนทำธุรกิจที่ทำด้วยความกระตือรือร้น สร้างสรรค์ แปลกใหม่ และกล้าที่จะเสี่ยงเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรไม่ว่าจะในลักษณะ ในรูปแบบของเงินหรือประโยชน์อื่นใด (Abdullah & Shah, 2014; Kumaran & Anand, 2016; Darrene & Ellen, 2021)

ความสามารถ

ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ The Virtual University of Small States of the Commonwealth (VUSSC) (2011) ได้อธิบายว่าการเป็นผู้ประกอบการไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถที่โดดเด่น ได้แก่ ความหลงใหลในการทำงาน การมีเป้าหมายที่ชัดเจน ความยืดหยุ่น ความตระหนักรู้ตนเอง การบริหารเวลา และงานความรู้ทางนวัตกรรม ความรู้ทางการตลาด การบริการลูกค้า ซึ่งธนวรรณ พลวิชัย (2562); วรพรรณรัตน์ทรงธรรม และบงกช ตั้งจิระศิลป์ (2563); Tehseen and Ramayah (2015) ได้ชี้ให้เห็นว่า ทักษะการบริหารจัดการ ความรู้ทางธุรกิจ และความสามารถในการปรับตัวเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Di Zhang & Bruning (2011) ที่พบว่า ความหลงใหลในการทำงาน ความรู้และความสามารถเชื่อมั่นในการควบคุมภายในของตนเองและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ

โอกาส

โอกาสเป็นจุดเริ่มต้นของความสำเร็จทางธุรกิจ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (External Change) ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการนำมาเพื่อประกอบธุรกิจที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย สังคมและประชากรศาสตร์ และแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ เนื่องจากมี

โอกาสมากมายทางธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทต่าง ๆ มีข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจของตนเองได้ การเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ได้อย่างแม่นยำว่า ลูกค้ายกกำลังมองหาอะไร และผู้ประกอบการแบบดั้งเดิมที่ไม่ใช้ดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน (ประจักษ์ ภูมิทัศน์, 2560) เช่น การศึกษาของ สุตภาพ กุณฑลบุตร (2561) ได้ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้โอกาสทางธุรกิจและความสามารถในการใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Hameed and Irfan (2019) ได้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการชาวคูเวตอาระเบีย ซึ่งสอดคล้องกับ Urbano et al., (2020) พบว่าโอกาสทางนโยบายภาครัฐช่วยให้ผู้ประกอบการพัฒนาอีคอมเมิร์ซได้ นอกจากนี้ Jamalialia, et al., (2018) ได้พบว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยียังสนับสนุนโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างเทคโนโลยีใหม่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดใหม่ หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างตลาดใหม่ รวมถึงยังเป็นตัวขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องด้วย และไม่เพียงแต่ข้อได้เปรียบด้านข้อมูลบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเท่านั้น การมีฐานผู้ใช้สูงบนแพลตฟอร์ม ยังสามารถทำให้เกิดผลกระทบต่อเครือข่ายทางธุรกิจเป็นอย่างมาก ในการสนับสนุนผู้ใช้งาน การโต้ตอบ และข้อเสนอแนะจากสังคมดิจิทัล อันนำมาซึ่งความสำเร็จทางธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอนการเปิดตัวธุรกิจ (Srinivasan & Venkatraman, 2018)

ความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ โดยวันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน

ทางด้านแรงจูงใจ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2562) ชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจที่สูงของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจ ส่วนความสามารถ งานวิจัยของ สมชาย หิรัญกิตติ (2561) ชี้ให้เห็นว่า ทักษะและความรู้ทางธุรกิจส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ โดยผู้ประกอบการที่มีความรู้และทักษะทางธุรกิจที่เพียงพอมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า ซึ่งใกล้เคียงกับ ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2562) ที่พบว่า ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ส่วนชูชัย สมธิไกร (2560) พบว่า ความสามารถในการบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ

สำหรับโอกาสทางธุรกิจ การศึกษาของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2563) แสดงให้เห็นว่า การมีเครือข่ายทางธุรกิจที่แข็งแกร่งช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับ Al-Tit et al., (2019) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม บริษัทในซาอุดีอาระเบีย พบว่า การสนับสนุนทางธุรกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จ รองลงมาคือปัจจัยส่วนบุคคล ความพร้อมของเงินทุน และปัจจัยการจัดการ นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ลักษณะธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ Agarwal and Lenka (2023); Al-Kwif, et al., (2019) พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสนับสนุนจากครอบครัว การทำงานหนัก ทักษะการจัดการและการบริการลูกค้าที่ดี และความรู้ทางธุรกิจ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการให้เกิดความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ

สมมติฐานการวิจัย

H1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จแตกต่างกัน

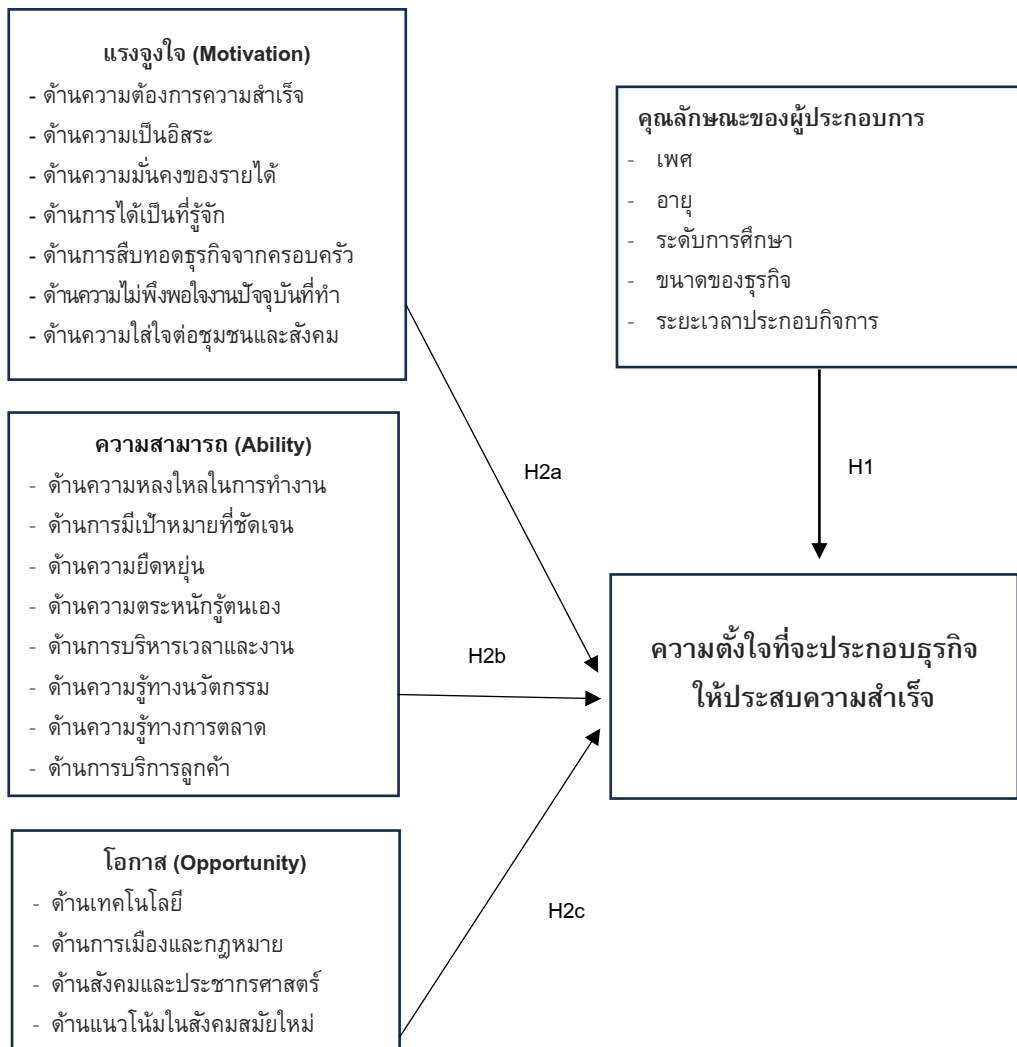
H2 แรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

H2a แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

H2b ความสามารถมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

H2c โอกาสมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบการศึกษาวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้การวิจัยแบบสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional design) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการไทยที่ประกอบธุรกิจมาแล้ว ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่น่าพาธุรกิจฝ่าสถานการณ์วิกฤตโควิด 19 มาได้ ซึ่งประกอบธุรกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้ง 6 ภูมิภาค ตามการแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์ของคณะกรรมการภูมิศาสตร์แห่งชาติ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2558) ที่มีขนาดของกิจการ ได้แก่ 1.กิจการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน 2.กิจการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และ 3.กิจการที่มีการจ้างงาน 50 คนขึ้นไป

โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทางสถิติของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary selection) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการไทยในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening question) ว่า “ท่านเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย และดำเนินธุรกิจมาแล้ว 3 ปีขึ้นไปหรือไม่”

ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่สะดวกในการตอบ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Microsoft Forms และในกรณีนี้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวกในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยจะเลือกใช้การแจกแบบสอบถามแบบตัวต่อตัว โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างกันยายน 2566-13 ธันวาคม 2566 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 270 คน และตอบแบบตัวต่อตัว จำนวน 130 คน

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด ซึ่งทั้งหมดเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง ทั้งในรูปแบบสอบถามออนไลน์ และตัวต่อตัว ซึ่งมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด/ ปัจจุบัน ขนาดของธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ
- 2) แรงจูงใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำนวน 17 ข้อ ได้แก่ ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความมั่นคงของรายได้ ด้านการได้เป็นที่รู้จัก ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ และด้านความใส่ใจต่อชุมชน ที่ปรับปรุงจากแบบวัดแรงจูงใจ Rogelberg (2007) ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ
- 3) ความสามารถของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำนวน 24 ข้อ ได้แก่ ด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านความยืดหยุ่น ด้านความตระหนักรู้ตนเอง ด้านความสามารถในการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า ที่ปรับปรุงจากแบบประเมินความสามารถของผู้ประกอบการของ Barba-Sanchez and

Atienza-Sahuquillo, (2017) ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

4) ความตั้งใจของผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำนวน 3 ข้อ ที่ปรับปรุงจากแบบวัดความสำเร็จของการประกอบธุรกิจของ VUSSC (2011) ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

5) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

ก่อนใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ในการเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ซึ่งในงานวิจัยนี้ มีค่า IOC อยู่ระหว่างระหว่าง 0.31-0.67 หลังจากคำถามชัดเจนแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว ไปทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ทำการก่อนศึกษา (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเข้าใจคำถามของกลุ่มตัวอย่างว่าเข้าใจสอดคล้องตามความหมายที่ผู้วิจัยตั้งไว้หรือไม่ แล้วนำกลับมาวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรม SPSS ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าเป็น 4 ส่วนได้แก่ 1.แรงจูงใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ($\alpha=0.875$) 2.ความสามารถของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ($\alpha=0.925$) 3.โอกาสของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ($\alpha=0.912$) และ 4.ความตั้งใจของผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ($\alpha=0.906$) ดังนั้นในส่วนของการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามข้างต้นมีค่า Cronbach Alpha ตั้งแต่ 0.7 จึงถือได้ว่ามีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้อธิบายตัวแปรเดียว โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency distributions) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Independence) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) โดยการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	194	48.5
หญิง	206	51.5
อายุ		
18-24 ปี	34	8.5
25 - 40 ปี	242	60.5
41 - 56 ปี	115	28.7
57 ปีขึ้นไป	9	2.3
การศึกษาสูงสุด/ ปัจจุบัน		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	10.0
ปริญญาตรี	236	59.0
สูงกว่าปริญญาตรี	124	31.0
ขนาดของธุรกิจ		
กิจการที่มีการจ้างงาน ไม่เกิน 5 คน	143	35.8
กิจการที่มีการจ้างงาน ไม่เกิน 50 คน	155	38.7
กิจการที่มีการจ้างงาน 50 คนขึ้นไป	102	25.5
ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ		
3 -5 ปี	151	37.7
6-10 ปี	118	29.5
11-15 ปี	43	10.8
16 ปีขึ้นไป	88	22.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย โดยเป็นหญิงจำนวน 206 คน (51.5%) และเพศชายจำนวน 194 (48.53%) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานมีช่วงอายุระหว่าง 25-40 ปี (60.5%) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-56 ปี จำนวน 115 คน (28.7%) ช่วงอายุ 18-24 ปี จำนวน 34 คน (8.5%) และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 57 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน (2.3%) ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูงนั่นคือ ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 236 คน (59.0%) รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 124 คน (31.0%) และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 40 คน (10.0%)

ทางด้านขนาดของธุรกิจ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างดำเนินกิจการที่มีการจ้างงาน ไม่เกิน 5 คนมากที่สุด จำนวน 155 คน (38.7%) รองลงมาคือ กิจการที่มีการจ้างงาน ไม่เกิน 5 คน จำนวน 143 คน (35.8%) และน้อยที่สุดคือ กิจการที่มีการจ้างงาน 50 คนขึ้นไป 102 คน (25.5%)

ส่วนระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ 3 -5 ปี มากที่สุด จำนวน 151 คน (37.7%) รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 118 คน (29.5%) 16 ปีขึ้นไป จำนวน 88 คน (22.0%) และน้อยที่สุดคือ 11-15 ปี จำนวน 43 คน (10.8%)

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส

ด้านแรงจูงใจของผู้ประกอบการ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD=.45$) โดยมีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จมากที่สุด ($\bar{X}=4.48$, $SD=.46$) รองลงมา คือ ด้านความเป็นอิสระมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$, $SD=.67$) ด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$, $SD=.67$) ด้านความมั่นคงของรายได้มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.31$, $SD=.61$) ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.18$, $SD=.78$) ด้านการได้เป็นที่รู้จักมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.01$, $SD=.80$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.45$, $SD=1.02$)

ส่วนความสามารถของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.18$, $SD=.47$) โดยมีความสามารถของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในประเด็น ด้านความตระหนักรู้ตนเองมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.43$, $SD=.46$) รองลงมาคือ ด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.36$, $SD=.58$) ด้านความหลงใหลในการทำงานมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$, $SD=.55$) ด้านการบริหารเวลาและงานมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$, $SD=.54$) ด้านความรู้ทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.12$, $SD=.71$) ด้านการบริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.05$, $SD=.65$) ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.01$, $SD=.79$) และน้อยที่สุดด้านนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.95$, $SD=1.17$)

ทั้งนี้ ด้านโอกาสของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จพบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.07$, $SD=.64$)

โดยโอกาสของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในประเด็น ด้านเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.42$, $SD=.63$) รองลงมาคือ ด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.42$, $SD=.74$) ด้านสังคมและประชากรศาสตร์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.08$, $SD=.86$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.55$, $SD=.70$)

ทางด้านความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ($\bar{X}=4.75$, $SD=.45$) โดยผู้ประกอบการมีความตั้งใจของในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในประเด็น ตั้งใจที่จะสร้างยอดขายให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ($\bar{X}=4.78$, $SD=.47$) รองลงมาคือ เป้าหมายในชีวิตคือการได้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ($\bar{X}=4.74$, $SD=.53$) และน้อยที่สุด คือ ตั้งใจที่จะขยายธุรกิจเพิ่มในอนาคต มีค่าเฉลี่ยในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ($\bar{X}=4.72$, $SD=.52$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ	คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ค่า Sig.)				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	ขนาดของธุรกิจ	ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ
	0.774	0.063	0.557	0.949	.372

หมายเหตุ *p< .5

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด/ ปัจจุบัน ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ ที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2a แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความมั่นคงของรายได้ ด้านการได้เป็นที่รู้จัก ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ และด้านความใส่ใจต่อชุมชน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ระหว่างแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความมั่นคงของรายได้ ด้านการได้เป็นที่รู้จัก ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ และด้านความใส่ใจต่อชุมชน

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	β	t	p
(ค่าคงที่)	3.125	.239		13.067***	.000
ด้านความต้องการความสำเร็จ	.254	.048	.260	5.282***	.000
ด้านความเป็นอิสระ	.025	.040	.037	.074	.941
ด้านความมั่นคงของรายได้	.044	.043	.060	1.192	.234
ด้านการได้เป็นที่รู้จัก	.033	.030	.058	1.1327	.185
ด้านการสืบทอดธุรกิจครอบครัว	.051	.022	.113	1.889	.060
ด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ	.040	.032	.069	1.618	.107
ด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคม	.110	.039	.137	2.792**	.005

R = .325/ Adjusted R2 = .101/ F = 23.390***, p=.000

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ แรงจูงใจด้านความเป็นอิสระ แรงจูงใจด้านความมั่นคงของรายได้ แรงจูงใจด้านการได้เป็นที่รู้จัก แรงจูงใจด้านการสืบทอดธุรกิจ จากครอบครัว แรงจูงใจด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ และแรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยนั้น พบว่า มีเพียงด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดย 2 ตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของแรงจูงใจต่อความตั้งใจได้ ร้อยละ 10.1 ซึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือด้านความต้องการความสำเร็จ รองลงมาคือ ด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกตามด้าน พบว่า

แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จต่ำ

แรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคม

ส่วนแรงจูงใจด้านความเป็นอิสระ แรงจูงใจด้านความมั่นคงของรายได้ แรงจูงใจด้านการได้เป็นที่รู้จัก แรงจูงใจด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว แรงจูงใจด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

สมมติฐานที่ 2b ความสามารถด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านความยืดหยุ่น ด้านความตระหนักรู้ตนเอง ด้านการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ระหว่างความสามารถด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านความยืดหยุ่น ด้านความตระหนักรู้ตนเอง ด้านการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	β	t	p
(ค่าคงที่)	2.835	.204		13.896***	.000
ด้านความหลงใหลในการทำงาน	-.024	.054	-.029	-.433	.655
ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน	.014	.036	.024	.388	.698
ด้านความยืดหยุ่น	.107	.046	.137	2.330*	.020
ด้านความตระหนักรู้ตนเอง	.326	.058	.328	5.599***	.000
ด้านการบริหารเวลาและงาน	.701	.047	.083	1.480	.140
ด้านนวัตกรรม	.010	.020	.026	.503	.615
ด้านความรู้ทางการตลาด	.019	.039	.029	.486	.627
ด้านการบริการลูกค้า	.005	.043	.007	.117	.907

R = .428/ Adjusted R2 = .719/ F = 44.598***, p=.000

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสามารถด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านความยืดหยุ่น ด้านความตระหนักรู้ตนเอง ด้านการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยนั้น พบว่า มีเพียงความสามารถด้านความยืดหยุ่น และด้านความตระหนักรู้ตนเองที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดย 2 ตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของความสามารถต่อความตั้งใจ ร้อยละ 71.9 ซึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเอง รองลงมาคือ ด้านความยืดหยุ่น ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกตามด้าน พบว่า

ความสามารถด้านความยืดหยุ่น มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสามารถด้านความยืดหยุ่นสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีความสามารถด้านความยืดหยุ่นต่ำ

ความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเองสูง จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเองต่ำ

ส่วนความสามารถด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

สมมติฐานที่ 2c โอกาสด้านเทคโนโลยี โอกาสด้านการเมืองและกฎหมาย โอกาสด้านสังคมและประชากรศาสตร์ และโอกาสด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ระหว่างโอกาสด้านเทคโนโลยี โอกาสด้านการเมืองและกฎหมาย โอกาสด้านสังคมและประชากรศาสตร์ และโอกาสด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	β	t	p
(ค่าคงที่)	3.968	.158		25.124***	.000
ด้านเทคโนโลยี	.177	.038	.243	4.629***	.000
ด้านการเมืองและกฎหมาย	-.024	.023	-.055	-1.033	.302
ด้านสังคมและประชากรศาสตร์	.017	.028	.031	.589	.557
ด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่	.017	.020	.044	.850	.369

R = .243/ Adjusted R2 = .570/ F = 24.936***, p=.000

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์โอกาสด้านเทคโนโลยี ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและประชากรศาสตร์ และด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยนั้น พบว่า มีเพียงโอกาสด้านเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของโอกาสต่อความตั้งใจ ร้อยละ 57.0

ทั้งนี้ โอกาสด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มองเห็นโอกาสด้านเทคโนโลยีสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีโอกาสด้านเทคโนโลยีต่ำ

ส่วนด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมแลประชากรศาสตร์ และด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษาที่ได้เป็น 2 ประเด็นใหญ่

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสหสมมติฐาน นั่นคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด/ ปัจจุบัน ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ ที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งใกล้เคียงการศึกษาของชนะพัพน์ วิริต (2565) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบของธุรกิจ และเงินทุนในการประกอบกิจการ

สมมติฐานที่ 2a แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน นั่นคือ แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จต่ำ ได้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ของ Rogelberg (2007) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการกระตุ้นเร้าบุคคลให้ต้องการแสดงพฤติกรรมออกมา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่แรงจูงใจนั้นต้องการ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแสดงพฤติกรรม กล่าวคือ แรงจูงใจของแต่ละบุคคลมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกมา โดยมุ่งไปที่การกระทำ เพื่อวัตถุประสงค์ประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง ดังนั้น เมื่อกลุ่มผู้ประกอบการมีแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคม จึงทำให้เกิดแรงผลักดันในการตั้งใจจะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้ประกอบการความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จจากการประกอบธุรกิจ

ทั้งนี้ แรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจด้านความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมต่ำ ได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Audretsch et al., (2006) ที่พบว่า การให้ความใส่ใจต่อชุมชนและสังคมเป็นหนึ่งในตัวแปรที่ทำให้เกิดแรงจูงใจให้เป็นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยผู้ประกอบการที่มีความใส่ใจต่อสังคมและชุมชน จะมีแรงผลักดันให้ประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยมุ่งเน้นไปที่สังคมและชุมชน ได้ช่วยเหลือบุคคลอื่นผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ผู้ที่อ่อนแอกว่า ต้องการพัฒนาสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ของผู้อื่นที่อยู่ร่วมในสังคมเดียวกับตนให้ดีขึ้น ทำให้สังคมเข้มแข็ง ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข หรืออาจเรียกว่าเป็นองค์การเพื่อสังคม

ส่วนแรงจูงใจด้านความเป็นอิสระ ด้านความมั่นคงของรายได้ ด้านการได้เป็นที่รู้จัก ด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว และด้านความไม่พึงพอใจงานปัจจุบันที่ทำ ที่พบว่า แรงจูงใจทั้ง 5 ด้าน ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัย

ก่อนหน้าบางส่วน (วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และเจษฎา นกน้อย, 2560; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ , 2562; สุภาวดี สุขะเสน, 2563; Shane, et al., 2003) ที่พบว่า แรงจูงใจเหล่านี้มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

สมมติฐานที่ 2b ความสามารถ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน นั่นคือ ความสามารถด้านความยืดหยุ่น และด้านความตระหนักรู้ตนเองที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย อย่างมีนัยสำคัญ ได้สอดคล้องกับ VUSSC (2011) ที่ได้อธิบายว่า การเป็นผู้ประกอบการไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีคุณสมบัติที่โดดเด่น อาทิ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์แม้ว่าจะล้มเหลว หรือประสบความสำเร็จ มีความตระหนักรู้ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจตนเองและเข้าใจถึงพฤติกรรมที่ตนเองแสดงออกหรือตัดสินใจ และสามารถที่จะปรับตัว เมื่อจำเป็นต้องมีผู้ร่วมงาน หรือผู้บริหารที่จะเข้าร่วมในการตัดสินใจ การตระหนักรู้ในตนเองของผู้ประกอบการ จะทำให้สามารถเข้าใจบทบาทของตนเองเมื่อโครงสร้างองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง เช่นการขยายองค์กรเพื่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ

ส่วนความสามารถด้านความหลงใหลในการทำงาน ด้านการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านการบริหารเวลาและงาน ด้านความรู้ทางนวัตกรรม ด้านความรู้ทางการตลาด และด้านการบริการลูกค้า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยก่อนหน้าบางส่วน (ประจักษ์ ปฏิทัศน์, 2560; วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และเจษฎา นกน้อย, 2560; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ , 2562; สุภาวดี สุขะเสน, 2563; Shane, et al., 2003; VUSSC,2011) ที่พบว่า ความสามารถเหล่านี้มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

สมมติฐานที่ 2c โอกาส มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน นั่นคือ โอกาสด้านเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญ ได้สอดคล้องกับแนวคิดทางด้านโอกาสของผู้ประกอบการของประจักษ์ ปฏิทัศน์ (2560) ที่ระบุว่า โอกาสถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องนำมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ ในการกำหนดกลยุทธ์ให้กับธุรกิจ ควบคู่ไปกับอุปสรรคหรือภัยคุกคาม กล่าวคือ สิ่งสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการคือการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากร เพื่อนำพาธุรกิจให้เกิดความประสบความสำเร็จในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่นเดียวกับ Jamalia, et al., (2018) ยังพบว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีได้สนับสนุนโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างเทคโนโลยีใหม่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดใหม่ หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างตลาดใหม่อีกด้วย

ส่วนด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและประชากรศาสตร์ และด้านแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยก่อนหน้าบางส่วน (ประจักษ์ ปฏิทัศน์, 2560; วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และเจษฎา นกน้อย, 2560; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ , 2562; Shane, et al., 2003) ที่พบว่า โอกาสเหล่านี้มีผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1.จากผลการศึกษาที่พบว่า ทั้งปัจจัยแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการนั้น ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ

ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการไทย อาทิ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ฯลฯ สามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไปกำหนดนโยบาย พร้อมหาแนวทางในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ยังสามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการประกอบธุรกิจขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ให้เติบโตและอยู่รอดได้ในระยะยาวต่อไป

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า แรงจูงใจด้านการสืบทอดธุรกิจจากครอบครัว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ อาทิ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ฯลฯ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับใช้ในการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดในการบริหารธุรกิจครอบครัว และการสืบทอดธุรกิจครอบครัว เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่กำลังสนใจเป็นผู้ประกอบการต่อจากครอบครัว เนื่องจากการรับช่วงต่อธุรกิจของครอบครัวเป็นเรื่องสำคัญที่กำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัวทั่วโลก คือ หายาทธุรกิจไม่ต้องการสืบทอด ทำให้ธุรกิจของครอบครัวขาดความยั่งยืน

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า ความสามารถด้านความยืดหยุ่น และความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ หน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐ และองค์กรภาคธุรกิจต่าง ๆ เช่น สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ สามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไปปรับใช้และควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสามารถด้านความยืดหยุ่น และความสามารถด้านความตระหนักรู้ตนเอง เนื่องจากการศึกษาค้นนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผิวกลุ่มจากสถานการณ์โควิด 19 มาได้ ทั้งนี้ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ธุรกิจจำนวนมากต้องเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพภูมิทัศน์ใหม่ ในทางกลับกันธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับความเป็นจริงใหม่ได้ก็ต้องปิดตัวลง ความยืดหยุ่นยังช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ด้วยความยืดหยุ่น ธุรกิจสามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนให้ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าได้ และการตระหนักรู้ในตนเองช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของตนได้ การรู้จุดแข็งของตัวเองช่วยให้เจ้าของธุรกิจมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่ทำได้ดีที่สุด ในขณะที่การรู้จุดอ่อนของตัวเองช่วยให้เจ้าของธุรกิจจ้างคนที่สามารถชดเชยจุดอ่อนเหล่านั้นได้

4. จากผลการศึกษาที่พบว่า โอกาสด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มองเห็นโอกาสด้านเทคโนโลยีสูงจะมีความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จสูง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ฯลฯ ควรให้ความสำคัญในการสร้างโอกาสทางเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการด้วยการให้โอกาสในการระดมทุน การสนับสนุนด้านกฎระเบียบ และโอกาสด้านการวิจัยและพัฒนา ซึ่งหน่วยงานของรัฐสามารถช่วยผู้ประกอบการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และขยายขนาดธุรกิจ รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการ

ให้การสนับสนุนและการสร้างสภาพแวดล้อมที่ทำให้เกิดนวัตกรรมและการเติบโต ซึ่งจะช่วยให้สามารถส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจใหม่และการสร้างงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม

5. จากผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในด้านการเมืองและกฎหมาย น้อยที่สุด จากข้อประเด็นคำถามทั้งหมดของปัจจัยทางด้านโอกาส โดยที่ประเด็น “การสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ย 3.52 และประเด็น “นโยบายทางการเมืองส่งเสริมต่อการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ” มีค่าเฉลี่ย 3.49 ดังนั้น ภาครัฐ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ฯลฯ จึงควรเร่งหาแนวทางในการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งออกนโยบายในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างโอกาสให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณแบบสำรวจเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น การวิจัยครั้งถัดไปควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพเพิ่มขึ้น อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเพิ่มขึ้นด้วย

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นศึกษาเชิงคุณภาพ ความสามารถ และโอกาสที่ส่งผลต่อความตั้งใจประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการไทย ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพิ่มเติม เช่น ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ควบคู่ไปกับการศึกษาคูณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ หรือ การมุ่งประกอบการและเครือข่ายทางสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความหลากหลายมากขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการไทย ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลายประเภท ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ดังนั้นในการศึกษาครั้งถัดไป เพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น อาจเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจการบริการ ฯลฯ หรือเลือกศึกษาบางพื้นที่ อาทิ เลือกศึกษาเฉพาะจังหวัดหรือภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมศิริโก. (2560). การบริหารการเงินสำหรับผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนะพัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการค้าดำเนินธุรกิจ(SMEs)จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 458-473. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/view/256730/174062>
- ธนวรรณ พลวิชัย. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 42(161), 1-25. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jit_journal/article/view/213962/148864.
- ประจักษ์ ปฏิทัศน์. (2560). *จิตวิทยาสำหรับผู้ประกอบการ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์ และองอาจ ปทะวานิช. (2562). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์. (2565). *การเป็นผู้ประกอบการ*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2561). *การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี สุขะเสน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจสืบทอดธุรกิจครอบครัวของทายาทรุ่นที่สอง. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 15(1), 14-26. http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF02/762_20190927_j_39.pdf
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2561). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2558). *การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์*. <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) รายเดือน*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2563). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- วรพรรณ รัตนทรงธรรม และบงกช ตั้งจิระศิลป์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก:กรณีศึกษา ผู้ประกอบการชาวลำพูนในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 2(2), 59-76. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/download/249086/167768>.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 8(2), 967-988. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/40986/33908>
- Abdullah, H. I., & Shah, P. M. (2014). Motivation and Attitudes towards Learning English among Undergraduates in National University of Malaysia (UKM). *International Journal of English and Education*, 3, 209-227. <https://www.semanticscholar.org/paper/Motivation-And-Attitudes-Towards-Learning-English%3A-Al-Tamimi-Shuib/4933ae7dbfbc56365d084ed3eb9ca49331051e40>
- Agarwal S., & Lenka, U. (2016). An exploratory study on the development of women entrepreneurs: Indian cases. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(2), 232–247. <https://doi.org/10.1108/JRME-04-2015-0024>
- Al-Kwafi, O.S., Ahmed, Z.U.,Khoa, T.T.,& Ongsakul, V. (2019).Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia. *Journal of Transnational Management*, 25(1),3-29. <https://doi.org/10.1080/15475778.2019.16827>
- Al-Tit, A., Omri, A., & Euch, I (2019) Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. *Administrative Sciences, MDPI, Open Access Journal*, 9(32), 1-12. <https://doi.org/10.3390/admsci9020032>
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford, University press.
- Bono, E. D. (2010). *Six Thinking Hats*. Little Brown.

- Brinckmann, J. (2008). *Competence of Top Management Teams and Success of New Technology-Based Firms: A Theoretical and Empirical Analysis Concerning Competencies of Entrepreneurial Teams and the Development of Their Ventures*. Strategisches Kompetenz-Management.
- Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13, 1097–1115. <https://link.springer.com/article/10.1007/S11365-017-0441-Z>
- Crouzet, N. & Mehrotra, N.R. (2020). Small and Large Firms over the Business Cycle. *American Economic Review*, 110(11), 3549-3601. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20181499>
- Darrene, H. & Ellen, H. (2021). Incentives for Entrepreneurial Firms and Technical and Policy Appendices. *MPPRA Paper*, 109173, <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/109173/>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. *Psychologie Canadienne*, 49(1), 14–23. <https://doi.org/10.1037/0708-5591.49.1.14>
- Di Zhang, D., & Bruning, E. (2011). Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(1), 82-103. <https://doi.org/10.1108/13552551111107525>
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship report 2020-2021*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
- Hameed, I., & Irfan, Z. (2019). Entrepreneurship Education: A Review of Challenges, Characteristics and Opportunities. *Entrepreneurship Education*, 2, 135-148. <https://doi.org/10.1007/s41959-019-00018-z>
- Hull, Y.T.C., Hung, N., Hair, P., Victor, R., & DeMartino. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 4(3),290-303, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2882175
- Jamalia, B., Reza, M. Jahangir, Y., & Dehkord, A M. (2018). Theories of Opportunity Creation and Effective Entrepreneurial Actions in Opportunity Creation Context. *Decision Science Letters* 7(4),443–454. <https://growingscience.com/beta/dsl/2715-theories-of-opportunity-creation-and-effective-entrepreneurial-actions-in-opportunity-creation-context.html>
- Kumaran, M., & Anand, P.R. (2016). Entrepreneurship Motivation of Fisheries Graduates: An exploratory study. *Journal of Extension Education*, 28(1), 5579-5587. <https://doi.org/10.26725/JEE.2016.1.28.5579-5587>
- Leporati, M., Torres Marin, A.J., & Roses, S. (2021). Senior entrepreneurship in Chile: necessity or opportunity? A GEM perspective. *European Business Review*, 33(6), 892-917. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2020-0277>

- Mason, C. H., Morgan, N. A., Vorhies, D. W. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909-920. <https://doi.org/10.1002/smj.764>
- McKelvie, A., & Wiklund, J. (2010). Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate. *Entrepreneurship Theory and Practice* 34(2), 261 – 288. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00375.x>
- Shal, B. E. & Kadery, M. (2021). Organizational Project Management Maturity Effect on the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance in Egyptian Organizations. *Journal of Business and Management Sciences*.9(1),36-49. <https://pubs.sciepub.com/jbms/9/1/5/index.html>
- Rogelberg, S. G. (2007). *Encyclopedia of industrial and organizational psychology*. Sage Publications.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)
- Siivonen, P.T., Komulainen, K., Kasanen, K., & Kupiainen, P. (2022). Aged and gendered master narratives on entrepreneurship in Finnish higher education. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, (14)1, 26-43. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2021-0010>
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial Competencies and SMEs Business Success: The Contingent Role of External Integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6, 50-61. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p50>
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1065-1099. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00621-5>
- VUSSC. (2011). *Content Entrepreneurship Starting Up a Business/ What is meant by Entrepreneurship*. https://oerdev.nbatesting.co.za/system/files/2024-01/vussc-content-entrepreneurship-starting-business-what-meant-entrepreneurship_0.pdf
- Wach, D., Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal Researching Entrepreneurship* 34(8), 1098-1121. <https://doi.org/10.1177/02662426156084>
- Xu, L., Liao, J., Kuang, H., & Wu, Y. (2021). Effect of Psychological Capital of Volunteers on Volunteering Behavior: The Chained Mediation Role of Perceived Social Support and Volunteer Motivation. *Organizational Psychology*, 12, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.657877>