



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของผู้ประกอบการรายใหม่ ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว

Factors affecting modern entrepreneurs of new entrepreneurs in the hospitality and tourism industry

สุรเกียรติ์ ธาดาวัฒนาวิทย์
Surakiat Tadawattanawit

Article History
Receive: June 23, 2021
Revised: May 23, 2022
Accepted: May 26, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่
ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว เก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่มีการดำเนินธุรกิจ
ระหว่างเรียน และผู้ประกอบการรายใหม่ไม่เกิน 3 ปี ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว จำนวน 539 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบ
แบ่งชั้น โดยจำแนกสถานะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม
ประกอบด้วย แบบวัดความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ และความเป็นผู้นำการ
เปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน คือวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์โมเดลสมการ
โครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของผู้ประกอบการสมัยใหม่หลังปรับโมเดลมี 10 องค์ประกอบ ได้แก่ ความอิสระ
ในการบริหารงาน ความสามารถทางนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน การจัดการความเสี่ยง
ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่อในอำนาจแห่งตน การให้ความสำคัญกับตลาด การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ และการใช้
เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม 2) ปัจจัยด้านการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่
ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประโยชน์ที่ได้รับจาก
การวิจัยคือ นักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวได้ทราบถึงองค์ประกอบของความเป็น
ผู้ประกอบการสมัยใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาประเด็นต่างๆ เพิ่มเติมรวมถึง สถาบันการศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ
และท่องเที่ยวได้สารสนเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร สร้างโครงการหรือกิจกรรมเพื่อพัฒนาความเป็น
ผู้ประกอบการสมัยใหม่ เพื่อต่อยอดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศ นอกจากนี้ภาคองค์การธุรกิจได้ข้อมูลสำหรับนำไปพัฒนาความ
เป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่สำหรับตัวผู้ประกอบการเองและบุคลากรในองค์กร

คำสำคัญ : ความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ; การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ ; ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ;
อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ; ผู้ประกอบการรายใหม่

ABSTRACT

This research aimed to study the components and factors affecting entrepreneurship of students and new entrepreneurs in the Thai hospitality and tourism industry. The data was collected from 539 students who conduct business during their studies and new entrepreneurs who have run their business not more than 3 years. The sample was randomized using stratified samplings divided the sample's status as a student and new entrepreneur. The research tool was a questionnaire consisting of an assessment of modern entrepreneurship, entrepreneurship education, and transformational leadership. The data was analyzed using the inferential statistics which analyzed the confirmatory factor and structural equation models. The findings were as follows: 1) There were 10 components of the modern entrepreneurs after modifying the mode such as job autonomy, innovativeness, proactiveness, competitiveness, risk management, need for achievement, internal locus of control, market orientation, create functional partnership, and technology utilization. 2) The factors of entrepreneurship education significantly affected the modern entrepreneurship of students and new entrepreneurs in the hospitality industry at the .01 level. This research benefited to students and new entrepreneurs in the hospitality and tourism industry perceiving the components of modern entrepreneurship to use as the data to develop further issues, and the educational institutions in the service industry and tourism obtained the information to use as a guidelines of development of curriculum, the creation of projects or activities to develop modern entrepreneurship responding to the country's development strategy. Besides, the business organization sector obtained the information for developing modern entrepreneurship for the personnel in the organization and the entrepreneurs themselves.

Keywords : Modern Entrepreneurship ; Entrepreneurship Education ; Transformational Leadership ; Hospitality and Tourism Industry ; New Entrepreneur

บทนำ

จากการเติบโตและความสำคัญของการใช้เทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศต่างๆ รวมไปถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดแนวคิดของ ผู้ประกอบการสมัยใหม่ (Modern Entrepreneur) ขึ้น Nasir (2013) ได้เสนอว่าการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketplace) เข้ามามีอิทธิพลอย่างต่อเนื่องต่อผู้ประกอบการและองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ องค์กรธุรกิจจะต้องสามารถที่จะระบุถึงความเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ผู้ประกอบการสมัยใหม่ (Modern Entrepreneur) สามารถที่จะแข่งขันทางการตลาดในรูปแบบที่เปลี่ยนไปได้อย่างดี ผู้ประกอบการสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับเงื่อนไขความของธุรกิจสากล นวัตกรรม แนวคิดการบริหารวัฒนธรรมองค์กร การทำงานอย่างยืดหยุ่น และกลยุทธ์เชิงนวัตกรรมการปฏิบัติการ การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวจะมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ การสร้างทีมงานที่มีความพิเศษและยืดหยุ่น การเชื่อมโยงและประสานความร่วมมือของกลุ่มงานผ่านการการช่วยด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี การลดความเป็นลำดับชั้นในองค์กรและนำหลักประชาธิปไตยมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การเพิ่มอำนาจในการจัดการตนเองของพนักงานและให้อิสระกับพนักงานในการตัดสินใจ การลงทุนในด้านความรู้และการศึกษาให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง การติดตามและประเมินทุนทางปัญญาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง การสร้างพันธมิตรกับลูกค้าและผู้ส่งมอบวัตถุดิบ การสร้างให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในองค์กร การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Postolov et al., 2016) สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564) ข้อ 3 เรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เติบโตและก้าวสู่สากล ที่ได้ระบุกลยุทธ์ 3 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมการเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage/Startup) การส่งเสริม Micro และ SME ให้รวมกลุ่มและก้าวสู่สากล (Internationalization) และการส่งเสริมการใช้นวัตกรรม/เทคโนโลยีดิจิทัลและการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Business Transformation) ที่สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น จะเห็นได้ว่าสภาพสังคม รูปแบบเศรษฐกิจและแรงขับเคลื่อนจากเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านของโครงสร้าง



พื้นฐานและรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างๆ ภาคธุรกิจที่จะต้องอยู่ในสภาพของการแข่งขันในบริบทตลาดโลกจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพเงื่อนไขและแนวทางการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ ภาคอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนธุรกิจที่สำคัญที่มีแนวโน้มของการเติบโตที่สูง จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวจะต้อง มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการในการดำเนินธุรกิจทั้งระบบเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจโลก (Office of the National Economics and Social Development Council, 2019)

ผู้ประกอบการรายใหม่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว ประเทศไทยมียุทธศาสตร์สำหรับการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่มาโดยตลอด อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถมีบทบาทเป็นผู้นำการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่สามารถสร้างมูลค่าสูงได้ เช่น ผู้ประกอบการที่มีการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม (Tech Startup) ผู้ประกอบการในงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Creative Startup/Cultural Startup) ให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The Office of SMEs Promotion, 2017) สอดคล้องกับ National Reform Council (2015) ที่มีการกำหนดในมีการปฏิรูปด้านยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยมีการผลักดันให้ “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” เป็นวาระแห่งชาติ และมียุทธศาสตร์ที่ระบุเป้าหมายรายภาคเศรษฐกิจ (สัดส่วนต่อ GDP ของประเทศ) โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จข้อ 1 ว่า ให้เกิดจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ไม่น้อยกว่า 60,000 ราย ต่อปี และมีอัตราการสิ้นสภาพกิจการของวิสาหกิจลดลง และจากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (8) ประเด็น ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (พ.ศ.2561-2580) ระบุว่า การขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อสร้างความสามารถในแข่งขันของประเทศไทยในระยะ 20 ปี ข้างหน้าจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่” ที่ก้าวทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะจากการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตและเข้มแข็ง ผู้ประกอบการที่เข้มแข็งจะช่วยให้ประเทศสามารถแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้ โดยผู้ประกอบการยุคใหม่จะต้องมีทักษะแห่งอนาคตที่มีความพร้อมทางด้านทัศนคติ ทักษะความสามารถ และความรู้สำหรับการรับมือกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีได้ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2019)

อย่างไรก็ตามในอดีตที่ผ่านมา การศึกษาส่วนใหญ่จะมุ่งศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการตามแนวคิดดั้งเดิม โดยยังไม่ได้นำเอาบริบทการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้อง (Salamzadeh et al., 2014; Park, 2017) ยังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษารายละเอียดของผู้ประกอบการสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มของผู้ประกอบการรายใหม่ จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบ และคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ รวมไปถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานด้านการสร้างและพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวได้ข้อมูลนำไปสร้างหรือพัฒนาบุคลากรให้มีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ที่สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่
2. ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

สภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป จากยุคที่เน้นอุตสาหกรรมหนักมาสู่ยุคเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม (Innovation-based economy) บทบาทของผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีการเปลี่ยนจากผู้ประกอบการแบบเดิมสู่ผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่สามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ เพราะผู้ประกอบการสมัยใหม่จะมีบทบาทที่สำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตได้ โดยผู้ประกอบการสมัยใหม่จะต้องมีทักษะแห่งอนาคตที่มีความพร้อมทางทัศนคติ ทักษะความสามารถและความรู้สำหรับการรับมือการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีได้ จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการสมัยใหม่มีความสำคัญอย่างยิ่ง จาก Office of the National Economics and Social Development Council (2019) ได้กำหนดกรอบแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสมัยใหม่ให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง ให้มีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการขยายตัวเศรษฐกิจของไทย ซึ่งผู้ประกอบการสมัยใหม่ หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีความสามารถในการแข่งขัน และมีนวัตกรรมในการสร้างรูปแบบธุรกิจ นวัตกรรมของสินค้าและบริการ รวมไปถึงนวัตกรรมในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนมีทักษะการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเพื่อการดำเนินธุรกิจ และมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ ครอบคลุมถึงผู้ประกอบการทุกระดับ รวมไปถึงวิสาหกิจรูปแบบต่างๆ ทั้งวิสาหกิจระยะเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม และเกษตรกรทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องการขยายกิจการหรือธุรกิจของตนเอง (Office of the National Economics and Social Development Council, 2019) ซึ่งผู้วิจัยได้การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการและความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ จาก 18 แหล่ง (Dess, Lumpkin and Taylor, 2012; Eugenio, 2017; Gunter, 2018; Leekulpitak, 2018; Namwong, 2019; Nijkamp, 2003; Otakanon, 2019; Park, 2017; Pednekar, 2012; Postolov et al., 2016; Putthachaya, 2014; Rukthangam, 2017; Saikrajang, 2015; Salamzadeh et al., 2014; Sirichiraphat, 2013; Tanhakorn and Pasunon, 2019; The Office of SMEs Promotion, 2018; Tungsongcharoen, 2015) และได้สรุปคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่เป็น 10 องค์ประกอบได้แก่ 1) ความอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) 2) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) 3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 4) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Aggressiveness) 5) การจัดการความเสี่ยง (Risk Management) 6) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) 7) ความเชื่อในอำนาจแห่งตน (Internal Locus of Control) 8) การให้ความสำคัญกับตลาด (Market Orientation) 9) การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ (Create Functional Partnership) และ 10) การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม (Technology Utilization)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

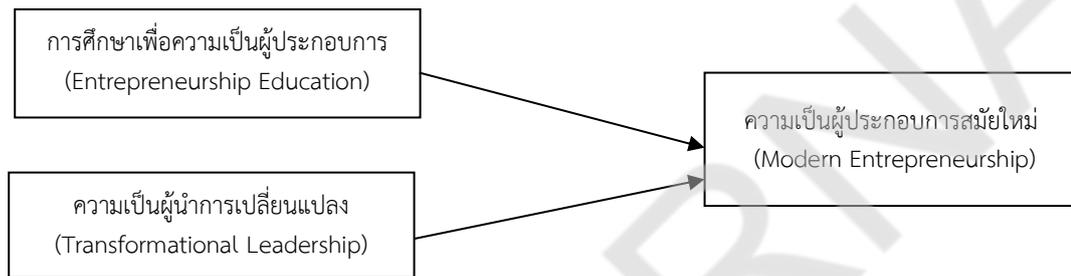
ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ พบว่าปัจจัยด้านการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ พบว่า การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของระบบการพัฒนาผู้ประกอบการ (Dabson, 2005) สอดคล้องกับ Chaiprasit and Santidhirakul (2017) ที่ระบุว่า การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) ร่วมกับการจัดระบบนิเวศ (Ecosystem) จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมี การศึกษาของ McKeon (2013) ที่พบว่า สถาบันการศึกษามีบทบาทต่อการร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกรณีศึกษาของวิทยาลัยชุมชน (Community College) ของสหรัฐอเมริกา ที่มีบทบาทอย่างยิ่งในการพัฒนาผู้ประกอบการ และผลวิจัยของ Razak et al (2019) ที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาประเทศมาเลเซีย พบว่า การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ความเชื่อทางศาสนาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ จากที่กล่าวมาจึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 1 การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่



นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงก็ยังส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Joshi, Kathuria and Das (2019) ที่พบว่าองค์ประกอบของของความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์อย่างสูงต่อรูปแบบของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ สอดคล้องกับ Hongsirikarn (2019) ที่เสนอว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสตาร์ทอัพมีความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 2 ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1 (Dabson, 2005; McKeon, 2013; Chaiprasit and Santidhirakul, 2017; Hongsirikarn, 2019; Joshi, Kathuria and Das, 2019, Razak et al., 2019)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักศึกษาที่มีการดำเนินธุรกิจระหว่างเรียน และผู้ประกอบการรายใหม่ไม่เกิน 3 ปี ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว จำนวน 539 คน โดยอ้างอิงจาก Hair et al (2009) ที่ระบุว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แนะนำสำหรับโมเดลสมการโครงสร้างที่มีจำนวนตัวแปรแฝงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ตัว น้อยที่สุดคือ 100 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จำแนกตามสถานะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กำลังศึกษาอยู่ และจบการศึกษาแล้ว เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา จำนวน 417 คน และผู้ประกอบการรายใหม่ไม่เกิน 1-3 ปี ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว จำนวน 122 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ สาขาที่จบการศึกษา ประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของธุรกิจ 2) แบบวัดความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ปรับจาก Kristiansen and Indarti (2004); Claes, Beheydt and Lemmens (2005); Mugo, Njagi and Chemwei (2017) ประกอบด้วยคำถาม 10 องค์ประกอบ ตามองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้น ได้แก่ ความอิสระในการบริหารงาน ความสามารถทางนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน การจัดการความเสี่ยง ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่อในอำนาจแห่งตน การให้ความสำคัญกับตลาด การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม 3) แบบวัดการจัดการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ ปรับจาก Walter and Block (2016) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ และ 4) แบบวัดความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปรับจาก Podsakoff et al (1990) ประกอบด้วยคำถาม 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การแสดงวิสัยทัศน์ การหารูปแบบที่เหมาะสม การมุ่งไปสู่เป้าหมายของกลุ่ม การมีความคาดหวังสูง การมีพฤติกรรมการสนับสนุนผู้อื่น การนำเสนอการพัฒนาทางความคิด โดยเครื่องมือวิจัยมีคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Indexes of Item-Objective

Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 ซึ่งเกิน 0.5 และค่าความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient: α) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.72-0.96 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ระดับ 0.7

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นในรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบเอกสารและรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) สำหรับเก็บข้อมูลทั้งกับนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจของตนเอง โดยส่งแบบสอบถามให้กับนักศึกษาและผู้ประกอบการผ่านช่องทางไปรษณีย์และออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน 2564 โดยได้แบบสอบถามกลับคืน จำนวน 539 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) สำหรับตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการของไทยและส่วนของการหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร จะใช้การโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

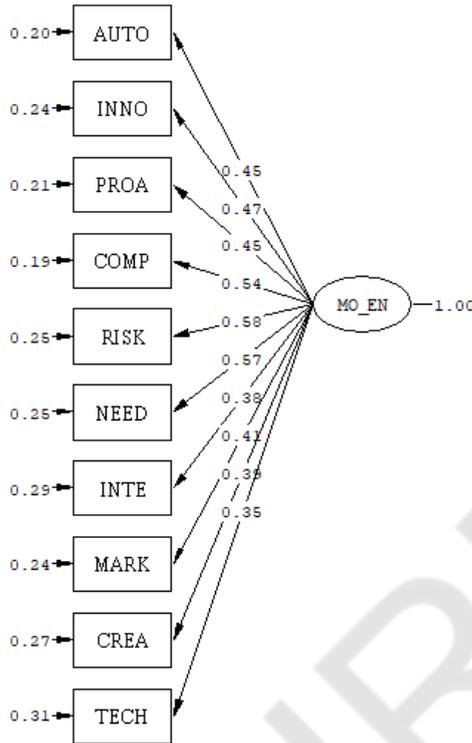
ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. องค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการของไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการของไทยในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของข้อมูล พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.339 ถึง 0.656 ทุกตัวแปรสังเกตได้ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity ที่เป็นค่าสถิติทดสอบสมมติฐานความเป็นเอกลักษณ์ของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Identity Matrix) พบว่ามีค่าเท่ากับ 2656.199 ($p < 0.000$) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลของการวิเคราะห์ดัชนีไกเซอร์ เมเยอร์ ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) ที่มีค่าเท่ากับ 0.916 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 จากผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่างๆ ของข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์มากและมีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้

องค์ประกอบของผู้ประกอบการสมัยใหม่หลังปรับโมเดล ด้านค่าดัชนีความกลมกลืน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 34.17, $p = 0.08$, $df = 24$ และ ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.42 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 เมื่อพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง พบว่าค่าดัชนี GFI = 0.99, AGFI = 0.97, CFI = 1.00 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี SRMR = 0.017, RMSEA = 0.028 มีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) อยู่ระหว่าง 0.35 ถึง 0.58 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานมากที่สุด คือ การจัดการความเสี่ยง ($\beta = 0.58$) ขณะที่องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานน้อยที่สุดคือ การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ($\beta = 0.35$)

เมื่อพิจารณาคุณภาพของโมเดล พบว่า ความเที่ยงของโมเดลเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความผันแปรที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มากกว่า 0.4 แสดงให้เห็นโมเดลผ่านคุณภาพด้านความตรงเชิงคู่ ขณะที่ความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Hair, 2010) ผลการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 2 และดังตารางที่ 1



Chi-Square=34.17, df=24, P-value=0.08176, RMSEA=0.028

Chi-square=34.17, df=24, P-value=0.08176, RMSEA=0.028

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ หลังปรับโมเดลของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการของไทยในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรสังเกตได้	b(SE)	β	t	R^2	AVE	CR
ความมีอิสระในการบริหารงาน (AUTO)	0.45 (0.03)	0.45	17.86**	0.49	0.48	0.90
ความสามารถทางนวัตกรรม (INNO)	0.47 (0.03)	0.47	17.44**	0.48		
การทำงานเชิงรุก (PROA)	0.45 (0.03)	0.45	17.35**	0.48		
ความสามารถในการแข่งขัน (COMP)	0.54 (0.03)	0.54	20.34**	0.60		
การจัดการความเสี่ยง (RISK)	0.58 (0.03)	0.58	19.55**	0.57		
ความต้องการความสำเร็จ (NEED)	0.57 (0.03)	0.57	19.61**	0.57		
ความเชื่อในอำนาจแห่งตน (INTE)	0.38 (0.03)	0.38	13.45**	0.33		
การให้ความสำคัญกับตลาด (MARK)	0.41 (0.03)	0.41	15.43**	0.41		
การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ (CREA)	0.39 (0.03)	0.39	14.35**	0.35		
การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม (TECH)	0.35 (0.03)	0.35	12.40**	0.28		

** p < .01

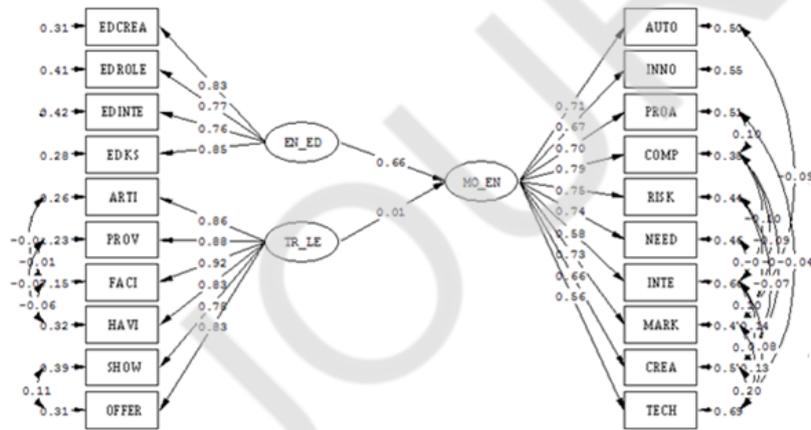
จากผลการศึกษาขององค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการของไทยในกรุงเทพมหานคร จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับการศึกษาในเรื่องของคุณลักษณะของผู้ประกอบการในกลุ่มของ 7 องค์ประกอบแรก ได้แก่ ความมีอิสระในการบริหารงาน ความสามารถทางนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน การจัดการความเสี่ยง ความต้องการความสำเร็จ ความเชื่อในอำนาจแห่งตน สอดคล้องกับ Dess, Lumpkin and Taylor (2012); Salamzadeh et al (2014) และ Park (2017) นอกจากนี้ในกลุ่มที่มีเพิ่มเติมเข้ามาสำหรับคุณลักษณะของผู้ประกอบการสมัยใหม่ อีก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับตลาด การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ก็จะสอดคล้องการศึกษาของ Pednekar (2012); Postolov et al (2016);

Eugenio (2017); Gunter (2018) โดยองค์ประกอบที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูง 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน การจัดการความเสี่ยง ความต้องการความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ Dess, Lumpkin and Taylor (2012); Eugenio (2017) ที่ระบุว่า องค์ประกอบทั้ง 3 เป็นองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่จะนำมาวิเคราะห์ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ (EN_ED) และความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TR_LE) 2) ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ (MO_EN)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบของโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาได้จากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ได้แก่ ค่าไค-แอสควร์ $\chi^2 = 150.72$ ที่องศาอิสระ (df) = 134 ค่าไค-แอสควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.125 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าความน่าจะเป็น (p) = 0.15 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) = 0.015 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าดัชนีความกลมกลืน (GFI) = 0.97 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือมีค่ามากกว่า 0.95 และค่าดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) = 0.96 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือมีค่ามากกว่า 0.90 ดังแผนภาพที่ 3 และตารางที่ 2



Chi-square=150.74, df=134, P-value=0.15341, RMSEA=0.015

ภาพที่ 3 โมเดลเชิงสาเหตุของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

- EDCREA = การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของสถาบันการศึกษา
- EDROLE = การพัฒนาบทบาทผู้ประกอบการของสถาบันการศึกษา
- EDINTE = การกระตุ้นความสนใจเป็นผู้ประกอบการ
- EDKS = การถ่ายทอดความรู้และทักษะด้านความเป็นผู้ประกอบการ
- ARTI = การแสดงวิสัยทัศน์
- AUTO = ความมีอิสระในการบริหารงาน
- INNO = ความสามารถทางนวัตกรรม
- PROA = การทำงานเชิงรุก
- COMP = ความสามารถในการแข่งขัน
- RISK = การจัดการความเสี่ยง

- PROV = การหารูปแบบที่เหมาะสม
- FACI = การมุ่งไปสู่เป้าหมายของกลุ่ม
- HAVI = การมีความคาดหวังสูง
- SHOW = การมีพฤติกรรมสนับสนุนผู้อื่น
- OFFER = การนำเสนอการพัฒนาทางความคิด
- NEED = ความต้องการความสำเร็จ
- INTE = ความเชื่อในอำนาจแห่งตน
- MARK = การให้ความสำคัญกับตลาด
- CREA = การสร้างพันธมิตรที่ทำงาน
- TECH = การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม



ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานระหว่างตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผล

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล
	ความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ (MO_EN)
	ขนาดอิทธิพล
การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ (EN_ED)	0.66** (0.05) 12.88
ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TR_LE)	0.01 (0.04) 0.33
R^2	0.44
$\chi^2 = 150.72, df = 134, p\text{-value} = 0.15, RMSEA = 0.015, GFI = 0.97, AGFI = 0.96$	

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สอดคล้องกับ Dabson (2005); McKeon (2013); Razak et al (2019) อย่างไรก็ตาม ด้านความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงกลับไม่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งมีประสบการณ์ไม่เกิน 3 ปี ทำให้ยังไม่มีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการที่มากเพียงพอในการส่งเสริมความเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Postolov et al (2016) ที่ระบุว่า ประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลศึกษาองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบของผู้ประกอบการสมัยใหม่หลังปรับโมเดล ด้านค่าดัชนีความกลมกลืน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ น้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) อยู่ระหว่าง 0.35 ถึง 0.58 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานมากที่สุด คือ การจัดการความเสี่ยง ขณะที่องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานน้อยที่สุดคือ การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

เมื่อพิจารณาคุณภาพของโมเดล พบว่า ความเที่ยงของโมเดลเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความผันแปรที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มากกว่า 0.4 แสดงให้เห็นโมเดลผ่านคุณภาพด้านความตรงเชิงคู่ ขณะที่ความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง

2. ผลการศึกษาระดับของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว พบว่า ระดับความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม รองลงมาคือด้านการสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ การให้ความสำคัญกับตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม ความเชื่อในอำนาจแห่งตน ความมีอิสระในการบริหารงาน ความต้องการความสำเร็จ การทำงานเชิงรุก การจัดการความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวของไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของนักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบของโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการมีขนาดอิทธิพลมาตรฐานต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขณะที่ตัวแปรความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่ด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวได้ทราบถึงคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาตนเองประเด็นต่างๆ เพิ่มเติม เช่น ในด้านของการให้ความสำคัญกับตลาด การสร้างพันธมิตรที่ทำงานได้ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เป็นต้น

2. สถาบันการศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยวได้สารสนเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรสร้างโครงการหรือกิจกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ เพื่อต่อบริการการพัฒนาของประเทศ จากผลของการศึกษาองค์ประกอบของผู้ประกอบการสมัยใหม่

3. องค์กรธุรกิจได้ข้อมูลสำหรับนำไปพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่สำหรับตัวผู้ประกอบการเอง และบุคลากรในองค์กร

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แนวทางออกแบบกิจกรรม การจัดสัมมนาอบรม รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่เพื่อสามารถตอบโจทย์ความต้องการของประเทศได้อย่างแท้จริงตามผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่ต้องการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักเรียน นักศึกษา หรือบุคลากรในองค์กร สามารถที่จะนำผลการวิจัยไปออกแบบกิจกรรม หลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปของยุคสมัยมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงผู้ประกอบการรายใหม่สามารถใช้ผลการศึกษาในเรื่องขององค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ไปพัฒนาตนเองในมิติต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อให้สอดคล้องบริบทสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาคั้งนี้นำเอาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่มาใช้ 3 ตัว ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล การศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ และความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้ที่สนใจในประเด็นนี้สามารถที่จะเลือกศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ รวมไปถึงมิติของตัวแปรที่มีบทบาทเป็นอิทธิพลส่งผ่าน (Mediating Effect) ต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่เพื่อขยายขอบเขตขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ต่อไป

ข้อจำกัดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะในกลุ่มของผู้ประกอบการรายใหม่ ที่มีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการไม่เกิน 3 ในอุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะยังไม่ครอบคลุมผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์มากกว่า 3 ปี และผู้ประกอบการที่อยู่บริบทอื่นๆ



References

- Chaiprasit, K. and Santidhirakul, O. (2017). *kānpriāphtīāp tuā bāep kānphatthana phūprakōpkān rawāng prathēt Thai kap mū ko Azore prathēt prōtkēt Comparison of Entrepreneurial Development Models between Thailand and Azores Island, Portugal, Panyapiwat Journal. (Special Issue). 9,6-17.*
- Claes, R., Beheydt, C. and Lemmens, B. (2005). Unidimensionality of abbreviated proactive personality scales across cultures. *Applied Psychology. 54(4),476-489.* <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2005.00221>.
- Dabson, B. (2005). *Fostering Entrepreneurship Development Systems in Rural America. USA : W.K. Kellogg Foundation.*
- Dess, G., Lumpkin, G. T. and Taylor, M. L. (2012). *Strategic Management Creating Competitive Advantages.* Boston : McGraw Hill.
- Eugenio. (2017). *4 Old-School Characteristics That Make Modern Entrepreneurs Thrive.* Retrieved Mar 2021, from <https://www.entrepreneur.com/article/287443>.
- Gunter, F. (2018). *Brains versus Capital: Entrepreneurship for Everyone: Lean, Smart, And Simple.* USA : Germany World Scientific. https://doi.org/10.1142/9789813234628_0001
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis. 7th Ed.* USA : Pearson Prentice Hall.
- Hongsirikarn, K. (2019). *Laksana phāwa phū nam khōng phūprakōpkān satā'ap thī prasop khwāmsamret nai prathēt Thai [A Study of Successful Startup Leadership in Thailand (Unpublished Doctoral Dissertation)].* Siam University, Bangkok : Thailand.
- Joshi, M. P., Kathuria, R. and Das, S. (2019). Corporate entrepreneurship in the digital era: The cascading effect through operations. *The Journal of Entrepreneurship, 28(1),4-34.* <https://doi.org/10.1177 /0971355718810554>
- Kristiansen, S., and Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of enterprising culture, 12(01),55-78.* <https://doi.org/10.1142/S0218495804000004>
- Leekulpitak, T. (2018). The Components of Corporate Entrepreneurship of Rubber-wood Businesses in Thailand. *Christian University Journal, 24(1),71-84.* <https://doi.org/10.1177/0971355718810554>
- McKeon, T. K. (2013). A college's role in developing and supporting an entrepreneurship ecosystem. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement, 17(3),85-90.*
- Mugo, D. G., Njagi, K. and Chemwei, B. (2017). Technological preferences, levels of utilization and attitude of students towards mobile learning technologies in chartered universities, Kenya. *International Journal of Education & Literacy Studies. 5(4),98-110.* Doi:10.7575/aiac.ijels.v.5n.4p.98
- Namwong, W., Vannasathid, P., Klomthongjaroen, K. and Baimai, C. (2019). *Khunnalaksana kān pen phūprakōpkān khōng chāokhōng thurakit khā plīk thī khaoruām khroṅkān thong fā prachā rat kōrānī suksā: phūnthī phāk nūā tōn bon khōng prathēt Thai [Entrepreneurial orientation of retail business owners participating in the Blue Flag Project in the upper northern region of Thailand]. MJU Academic Review. 1(1),48-59.*
- Nasir, S. (2013). *Modern entrepreneurship and E-business innovations.* USA : IGI Global. Doi:10.4018/978-1-4666-2946-2
- National Reform Council. (2015). *Wāra patirup thī siphā kānsāng sangkhom phūprakōpkān [reform agenda 15 : Creating an Entrepreneurial Society].* Bangkok : publishing house Office of the Secretariat of the House of Representatives.



- Office of the National Economics and Social Development Council. (2019). *Phaēn mǣbot phāitai yutthasā̄t chāt̄ [Master Plan under the National Strategy]*. Retrieved Mar, 2021 from <http://nscr.nesdb.go.th>.
- Otakanon, P. (2019). *Khunnalaksana khōng phūprakō̄pkān thī prasop khwām̄samret [Successful entrepreneurial characteristics]*. Retrieved Mar, 2021, from <https://www.gotoknow.org/posts/60712>.
- Park, C. (2017). A study on effect of entrepreneurship on entrepreneurial intention. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2),159–170. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2017-024>
- Pednekar, A. (2012). *Entrepreneur*. Mumbai : Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H. and Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The leadership quarterly*, 1(2),107-142. [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(90\)90009-7](https://doi.org/10.1016/1048-9843(90)90009-7).
- Postolov, K., Magdinceva Sopova, M., Pulevska Ivanovska, L., Angelkova, T. and Josimovski, S. (2016). Modern entrepreneurship as a factor for success in the operation of tourism enterprises. In *CBU International Conference Proceedings* (4,001-005). Central Bohemia University. <https://doi.org/10.12955/cbup.v4.735>.
- Putthachaya, J. (2014). *Kānsāng bǣp wat khunnalaksana phūprakō̄pkān samrap naksuksā̄khana bōrihān thurakit nai Krung Thēp Mahā Nakhō̄n [Construction of an entrepreneurial characteristics inventory for Faculty of Business Administration University students in Bangkok. (Unpublished Doctoral Dissertation)]*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Razak, A. A., Zainol, Z., Muhammad, F., Hussin, M. Y. M., Ramdan, M. R. and Yin, K. Y. (2019). The Effect of Religious Beliefs and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Actions among University Students with Disabilities (SWDs). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 9(7),950-960. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i7/6193>.
- Rukthangam, S. (2017). Influencing of entrepreneurship characteristics of investor to investment success through competitive orientation of retail investors within the stock exchange of Thailand. *Srinakharinwirot Business Journal*. 8(2),96-109.
- Saikrajang, C. (2015). *Guidelines in developing effectiveness of small and medium tour operator with the entrepreneurship reinforcement*. (Unpublished master's thesis). <https://www.academia.edu/>.
- Salamzadeh, A., Farjadian, A. A., Amirabadi, M. and Modarresi, M. (2014). Entrepreneurial characteristics: insights from undergraduate students in Iran. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21(2),165-182. <http://doi.org/10.1504/IJESB.2014.059471>
- Sirichiraphat, S. (2013). *Nǣokhit khōng phūprakō̄pkān tō̄kānbōrihān chātkān talātnam bāng namphung 'amphœ̄ phra pradǣng chāngwat Samut Prakān [Managing Concept of Entrepreneur of Bangnamphung Floating Market at Phra Pradaeng District Samut Prakan Province (Unpublished master's thesis)]*. Dhonburi Rajabhat University, Bangkok, Thailand.
- Tanhakorn, T. and Pasunon, P. (2019). The Indicative Characteristics of Successful Entrepreneurs at True Corporation Public Company Limited. *Electronic journal of open and distance innovative learning*. 9(1),106-117.
- The Office of SMEs Promotion. (2017). *Phaēnkān songsaēm SME chabap thī sī [4th SME Promotion Plan]*. Retrieved Mar 2021, from www.sme.go.th.
- The Office of SMEs Promotion. (2018). *Annual Report 2018*. Bangkok : Thailand. We Too ARE Stardust Co., Ltd.



- Tungsongcharoen, P. (2015). *Entrepreneurial orientation of MBA students in Bangkok* (Unpublished master's thesis). Thammasat University, Pathum Thani, Thailand.
- Walter, S. G. and Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business venturing*, 31(2),216-233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>

NPU JOURNAL