

## คุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Z

### The Characteristics, Knowledge and Specialization Leading to Business Success of the Generation Z Entrepreneurs

ศัญญา บริสุทธิ์ และ เจษฎากร จาวรรณ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก  
Sanya Borisut and Jedsadakorn Jawan  
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

#### ประวัติย่อ

1. อาจารย์ ดร.ศัญญา บริสุทธิ์ (Corresponding author) อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ  
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักร  
พงษ์วนารถ e-mail: Sanya\_bo@rmutto.ac.th ความเชี่ยวชาญ บริหารธุรกิจ การพัฒนาองค์กรและ  
การจัดการสมรรถนะของมนุษย์

2. อาจารย์เจษฎากร จาวรรณ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี  
สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์วนารถ e-mail:  
Jedsadakorn\_Ja@rmutto.ac.th ความเชี่ยวชาญ กฎหมายธุรกิจ บริหารธุรกิจ

Revised: May 2, 2025; Revised: June 30, 2025; Accepted: June 30, 2025

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Z 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ภายในของปัจจัยเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยโดยใช้การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Z จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงต่อภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จทางธุรกิจ 2) ภูมิความรู้ความชำนาญส่งอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจ 3) คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ผ่านภูมิความรู้ความชำนาญ ทั้งนี้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์ ได้แก่  $\chi^2 = 62.13$ ,  $df = 53$ ,  $\chi^2/df = 1.239$ ,  $P\text{-value} = 0.101$ ,  $RMSEA = 0.025$ ,  $GFI = 0.950$ ,  $AGFI = 0.930$

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะผู้ประกอบการ, ภูมิความรู้ความชำนาญ, ความสำเร็จทางธุรกิจ, ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Z

## Abstract

The purpose of this research were to 1) study the linear structural relationship model for critical success factors of entrepreneurial of the generation Z, and 2) examine the consistency in relationship model of causal factors of developed results with empirical data. The quantitative data were collected by using a questionnaire from entrepreneurial of the generation Z who were 300 participants. That data were analyzed by means of content and using descriptive statistics methods, including frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and structural equation modeling. The results of study were as follows: 1) The characteristics of entrepreneurial positive directly affected knowledge and specialization, and business success of entrepreneurial in low level at the statistical significance. 2) The knowledge and specialization of entrepreneurial positive directly affected business success of entrepreneurial in high level at the statistical significance. 3) The characteristics of entrepreneurial positive indirectly affected business success through knowledge and specialization. The index of the consistency in structural relationship model were  $\chi^2 = 62.13$ ,  $df = 53$ ,  $\chi^2/df = 1.239$ ,  $P\text{-value} = 0.101$ ,  $RMSEA = 0.025$ ,  $GFI = 0.950$ ,  $AGFI = 0.930$

**Keywords:** entrepreneurial characteristic, knowledge and specialization, successful business, generations z entrepreneurs

## บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตต่ำกว่าระดับศักยภาพอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลสืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา ตลอดจนปัญหาเชิงโครงสร้างภายในประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การชะลอตัวของการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศยังส่งผลให้ระดับหนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน (Reuters, 2025) เพื่อตอบสนองต่อวิกฤตดังกล่าว รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านมาตรการหลากหลาย โดยหนึ่งในแนวทางสำคัญ คือ การส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ในหลากหลายสาขา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ว่างงานหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเลิกจ้างได้นำทักษะและศักยภาพของตนมาสร้างธุรกิจใหม่ นอกจากนี้ ยังเป็นการใช้วิกฤตเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เริ่มต้นธุรกิจของตนเอง และพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการระดับแนวหน้า กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะเจเนอเรชัน Z กำลังมีบทบาทเพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจ สะท้อนให้เห็นถึงพลังขับเคลื่อนที่สำคัญของตลาดด้วยแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ตลาด สร้างโอกาสการจ้างงานและอาชีพ ใช้ความรู้ ทักษะ และความกล้าในการเผชิญกับความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่เหมาะสมกับบริบทเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) ได้กำหนดให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางของความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญ และส่งเสริมให้ประชาชนมีบทบาทเป็นศูนย์กลางของกระบวนการพัฒนา ภายใต้แนวทางการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เน้นลดความเหลื่อมล้ำ ควบคู่กับการยกระดับผลิตภาพ ผ่านการใช้เทคโนโลยี ภูมิปัญญา และนวัตกรรม นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้กำหนดกรอบการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ภายใต้แนวคิด “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเน้นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ระบบที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง และก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูง อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startups) ซึ่งเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะเจเนอเรชัน Z ที่มีแนวโน้มเลือกเป็นผู้ประกอบการอิสระมากกว่าการทำงานประจำ กลุ่มคนรุ่นนี้มีมุมมองต่อการทำงานและความสำเร็จที่แตกต่างจากรุ่นก่อน อีกทั้งยังเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์อย่างใกล้ชิด ทำให้พวกเขามีทักษะในการสืบค้นข้อมูลผ่านเครื่องมือดิจิทัล เช่น Google และสามารถเข้าถึงองค์ความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งส่งผลให้พัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง เมื่อเข้าสู่บทบาทของผู้ประกอบการ กลุ่มเจเนอเรชัน Z จึงสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจ เช่น การสร้างเว็บไซต์ การเปิดร้านค้าออนไลน์ และการใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถสร้างธุรกิจจากแนวคิดใหม่ ๆ โดยอาศัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นกลไกขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชี้ให้เห็นประเด็นความสำคัญของการมุ่งเน้นของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาธุรกิจเริ่มต้นของประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการสร้างธุรกิจเริ่มต้นในระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักและความตื่นตัวในการเป็นธุรกิจเริ่มต้นที่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจและสร้างตลาดใหม่ สามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด ช่วยผลักดันให้เกิดกลุ่มธุรกิจเริ่มต้นขึ้นในประเทศไทย และส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ตลอดจนเป็นส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาลไปสู่การปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศที่เข้มแข็งและก้าวหน้า

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนผลการวิจัยของนักวิชาการอาทิ สุธีรา อะทะวงษา (2556), อาทิตา แซ่ลี (2557), และวันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการ ทั้งนี้พื้นฐานของภูมิความรู้ ความชำนาญและแนวคิดของผู้ประกอบการจึงน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนทำให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จได้มากน้อยแตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จย่อมมีความแตกต่างไปจากบุคคลทั่วไปทั้งด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความมานะอดทน ความขยันหมั่นเพียร ความกระตือรือร้น ความรับผิดชอบ ความกล้าเสี่ยงและความสามารถในการบริหารงาน คุณลักษณะเหล่านี้มีได้เป็นมาแต่กำเนิด ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้และฝึกฝนตนเองตลอดจนการนำประสบการณ์ที่สั่งสมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานให้เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาค้นหาจุดอ่อนจุดแข็งของตนเอง เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างตนเองให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่อไป ในแต่ละปีมีผู้ประกอบการจำนวนมากได้เริ่มก่อตั้งกิจการใหม่ บางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลว สิ่งหนึ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จเป็นเพราะแนวคิดและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการหลาย ๆ อย่างรวมกันอยู่ในตัวผู้บุคคลนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นที่เชื่อได้ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยเฉพาะอย่าง จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเอเรชั่น Z โดยมีผลงานการวิจัยที่นำมาสนับสนุนว่าความสำเร็จของความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการเติบโตอย่างยั่งยืนเกิดจากผู้ประกอบการในการผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอาทิเช่น (Chatterjee, 2015; Daskal, 2014 and Francis, 2016) สำหรับการวิจัยในประเทศไทยมีการศึกษาเพียงบางส่วนอาทิเช่น ธัญวรัตน์ บัวพรหมมาตร (2555) และ พัชรี หล้าแหล่ง (2555)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเจนเอเรชั่น Z ทั้งนี้การศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการเจนเอเรชั่น Z เพื่อเป็นข้อมูลให้ทั้งผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ที่สนใจที่จะประกอบธุรกิจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความเจริญเติบโตสามารถยกระดับธุรกิจของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจและเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น สำหรับภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จซึ่งจะเป็นการช่วยกันฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างเร็วขึ้นและเป็นแนวทางการพัฒนาประเทศแบบยั่งยืนต่อไป

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเอเรชั่น Z
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ภายในของปัจจัยเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### การทบทวนวรรณกรรม

##### แนวคิดเกี่ยวกับเจนเอเรชั่น Z

Dimock (2019) เจนเอเรชั่น Z เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2538-2553 (หรือ ค.ศ. 1995-2010) อายุในปี 2568 อยู่ระหว่าง 15-30 ปี โดย Dorsey and Villa (2020) ระบุว่าคนกลุ่มนี้เป็นเจนเอเรชั่นที่ชอบ

การทำงานที่มีความยืดหยุ่นสูง นี่จึงเป็นเหตุผลที่คนกลุ่มนี้เลือกที่จะกำหนดและสร้างเส้นทางการทำงานของตัวเอง ขณะที่ Twenge (2017) เปิดเผยผลสำรวจจากกลุ่มคน Gen Z จำนวน 1,000 คน พบว่า 84% มองว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นเส้นทางอาชีพที่น่าตื่นตาตื่นใจมากที่สุดจากจำนวน 12 อาชีพ ส่วน 75% ระบุว่าต้องการเป็นผู้ประกอบการ และผลสำรวจยังเปิดเผยอีกว่า 93% ของคนเจนเนอเรชั่น Z ได้ก้าวขึ้นไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจเรียบร้อยแล้ว แต่สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสำรวจในครั้งนี้ก็คือ คนเจนเนอเรชั่น Z เริ่มรู้สึกไม่พอใจกับการทำงานในรูปแบบเดิม ๆ มากถึง 72% ของการตอบแบบสำรวจ นอกจากนี้ 86% ระบุว่าพวกเขาไม่จำเป็นต้องพึ่งพากลยุทธ์แบบเดิม ๆ เพื่อก้าวหน้าในอาชีพการงานของพวกเขาอีกแล้ว และ 90% กล่าวว่าพวกเขาต้องการสร้างสิ่งใหม่และดีกว่าให้กับโลกใบนี้ การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นว่าคนที่คนเจนเนอเรชั่น Z มีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจมากกว่าคนเจนเนอเรชั่นอื่น เพราะคนกลุ่มนี้มองโลกต่างออกไป ปัจจัยที่สำคัญคือคนกลุ่มนี้เติบโตมาในยุคที่โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาเอาไว้แล้ว David and Jonah (2017) กล่าวเพิ่มเติมว่าคนกลุ่มนี้เป็นเจนเนอเรชั่นที่ได้เปรียบคนรุ่นก่อนหน้าจากการเข้าถึงเทคโนโลยี ซึ่งกว่า 69% ของคนเจนเนอเรชั่น Z เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการผ่านวิดีโอที่เผยแพร่บนโลกออนไลน์และลงมือริเริ่มหาข้อมูลด้วยตัวเอง อีกทั้งความนิยมโซเชียลมีเดียในหมู่คนเจนเนอเรชั่น Z ยังทำให้เปิดอาชีพใหม่นั้นก็คือครีเอเตอร์ ผู้สร้างเนื้อหาทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ช่วงแรกอาจจะทำเป็นรายได้เสริม แต่เมื่อเกิดรายได้มากขึ้นท้ายที่สุดก็จะกลายเป็นธุรกิจ Corey and Meghan (2018) ผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z ให้ความเห็นในประเด็นนี้ว่า คนกลุ่มนี้ต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีต่อสุขภาพ สภาพการทำงานที่มีความยืดหยุ่นสูง ในเมื่อคนเจนเนอเรชั่นก่อนไม่สามารถสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาได้ คนเจนเนอเรชั่น Z จึงตัดสินใจที่จะสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเอง ปรากฏการณ์นี้เป็นสิ่งที่แปลกใหม่มากเมื่อเทียบกับคนหลายรุ่นที่ผ่านมา ถือเป็นเจนเนอเรชั่นที่แสดงถึงจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการเฟื่องฟูมากที่สุด นับตั้งแต่ปี 2473 หรือ ค.ศ. 1930

#### **แนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการ**

Hill (2016) และ Clifton (2014) กล่าวถึงคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ การคิดอย่างสร้างสรรค์ ความคิดริเริ่มอย่างสร้างสรรค์เกิดจากความอิสระทางความคิด ถ้าคิดกล้าจินตนาการ ความคิดที่สร้างสรรค์เกิดจากกระบวนการทางความคิดของผู้ที่มีความคิดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่ง Tracy (2016) และ Zwillig (2016) กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จ คือ ความมุ่งมั่น อดทน การเตรียมพร้อมรับมือต่อความผิดพลาดหรือความผิดหวังในอนาคต การกล้าเผชิญหน้ากับความผิดหวัง และความอดทนอดกลั้นที่จะก้าวต่อไปข้างหน้า ความสำเร็จเกิดจากการที่ผู้ประกอบการอดทนและต่อสู้มากกว่าใคร ทั้งนี้ Daskal (2014) ได้ระบุถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเกิดจากความชอบ และความสนใจในสิ่งนั้น เมื่อชอบก็จะลงทุนทุ่มเทเวลาเพื่อศึกษาหาข้อมูลในสิ่งที่ตนเองชอบ ซึ่งสอดคล้องกับ Apurva Gaikwad (2016) กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง เราทุกคนมีความฝันและความคิดของตนเอง อย่างไรก็ตามหากความฝันเกิดล้มสลาย คนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองมักพร้อมเริ่มต้นใหม่ และพร้อมรับโอกาสใหม่เข้ามาในชีวิตเสมอ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ Imafidon (2017) กล่าวถึงคุณลักษณะพึงประสงค์ เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ ความรับผิดชอบ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับตัวเรา การยอมรับผิดและรู้จักรับผิดชอบกับข้อผิดพลาด จะช่วยให้จิตใจคุณแข็งแกร่งมากขึ้น ยึดดอกแสดงให้คนอื่นรู้ว่าเขากล้าและพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับอุปสรรคจากการศึกษาข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่มาจากคุณสมบัติส่วนตัว และประสบการณ์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) หมายถึง ความคิดเชิงบวกใน

พัฒนาธุรกิจ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การมองหาตลาดใหม่ ตลอดจนการมองหาโอกาสทางธุรกิจและความ เป็นไปได้ใหม่อยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจ 2) ความมุ่งมั่นอดทน (Determination) หมายถึง ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ความอดทนต่อแรงกดดันและความเครียด มีความมุ่งมั่นในการไปสู่จุดหมาย เชื่อว่า ตนสามารถหาทางแก้ไขปัญหาให้สำเร็จได้ 3) ความชอบในธุรกิจ (Personal Favorite) หมายถึง การได้ทำงาน ที่ชอบและตรงกับความรู้ความสามารถของตน การทำงานตามความต้องการที่สนใจหรือความชอบและความ พอใจทำให้สามารถทำงานได้ดี รู้สึกมีความสุขกับการได้ทำงาน 4) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence) หมายถึง ความมั่นใจในความสามารถและยึดมั่นในแนวทางของตน เชื่อมั่นในการตัดสินใจโดยไม่ลังเล และ พร้อมรับความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ 5) ความรับผิดชอบ (Be responsible) หมายถึง ความใส่ใจเพื่อให้ งานสำเร็จและมุ่งความสำเร็จทั้งต่อตนเองและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งใส่ใจสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### แนวคิดภูมิความรู้ความชำนาญ

Bruedert et al. (2012) ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ โดยให้ความสำคัญกับองค์ ความรู้และประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงอยู่และการเติบโต ขององค์กร ทั้งนี้ Davenport (2016) ได้แยกองค์ประกอบของทุนมนุษย์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถ เฉพาะตัว พฤติกรรมส่วนบุคคล ความมุ่งมั่นพยายาม และเวลาในการพัฒนา งานวิจัยของ Jones and George (2013) ระบุว่า ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่ควรมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ ที่ดำเนินการอยู่ ขณะที่ Anidra Lough (2015) ได้นิยามคำว่าประสบการณ์ ว่าเป็นการเรียนรู้ที่นำไปสู่ความ เชี่ยวชาญและทักษะในการควบคุมและจัดการธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในทำนองเดียวกัน Frese (2000) ให้คำอธิบายว่า ทุนมนุษย์ คือ การสะสมองค์ความรู้และทักษะที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารงานด้าน ต่าง ๆ โดยการประเมินทุนมนุษย์อาจดำเนินการผ่านปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาการศึกษา ประสบการณ์ ทำงานในสายอาชีพเฉพาะทาง และบทบาทความเป็นผู้นำ Omri (2013) กล่าวว่า ความรู้ที่ได้รับจากการ ดำเนินธุรกิจส่วนตัว หรือจากประสบการณ์การเติบโตในครอบครัวที่ประกอบธุรกิจ ก็สามารถนำมาใช้เป็น ตัวชี้วัดความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจได้เช่นกัน Isaksen (2008) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการประเมินภูมิ ความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเป็นสองประเภท ได้แก่ 1) ภูมิความรู้ความชำนาญทั่วไป ซึ่ง สามารถวัดได้จากจำนวนปีของประสบการณ์ทำงาน ประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ และระดับการศึกษา ที่ได้รับ 2) ภูมิความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง ที่อ้างอิงจากประสบการณ์ในการเป็นเจ้าของธุรกิจ ประวัติ ครอบครัวยุคที่มีพื้นฐานการประกอบกิจการ รวมถึงประสบการณ์ในธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับธุรกิจปัจจุบัน จากมุมมองของ Jens et al. (2009) ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการเข้าสู่เส้นทางของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ประสบการณ์ในสายงานก่อนหน้า และระดับการศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยสอดคล้องกับผลวิจัยของ Kumar and Sihag (2012) ที่พบว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีผู้นำที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าองค์กรที่ ประสบปัญหาหรือไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ในด้านแนวคิดทุนมนุษย์ Burud and Tumolo (2014) ให้นิยามว่า เป็นการใช้ทรัพยากรเชิงปัญญา ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และความสามารถพิเศษ เพื่อผลักดันให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ขณะที่ Baum et al. (2017) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ทุนมนุษย์ หรือ ภูมิความรู้ความชำนาญ คือ ความรู้พื้นฐานของแต่ละบุคคล ซึ่งรวมถึงการศึกษาในระบบ ประสบการณ์ที่ผ่าน มา และการฝึกอบรมนอกระบบ ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดทักษะและองค์ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในการบริหาร จัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการวิเคราะห์แนวคิดและผลการศึกษาดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ภูมิ ความรู้ความชำนาญ (Human Capital) หมายถึง องค์ประกอบของความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่

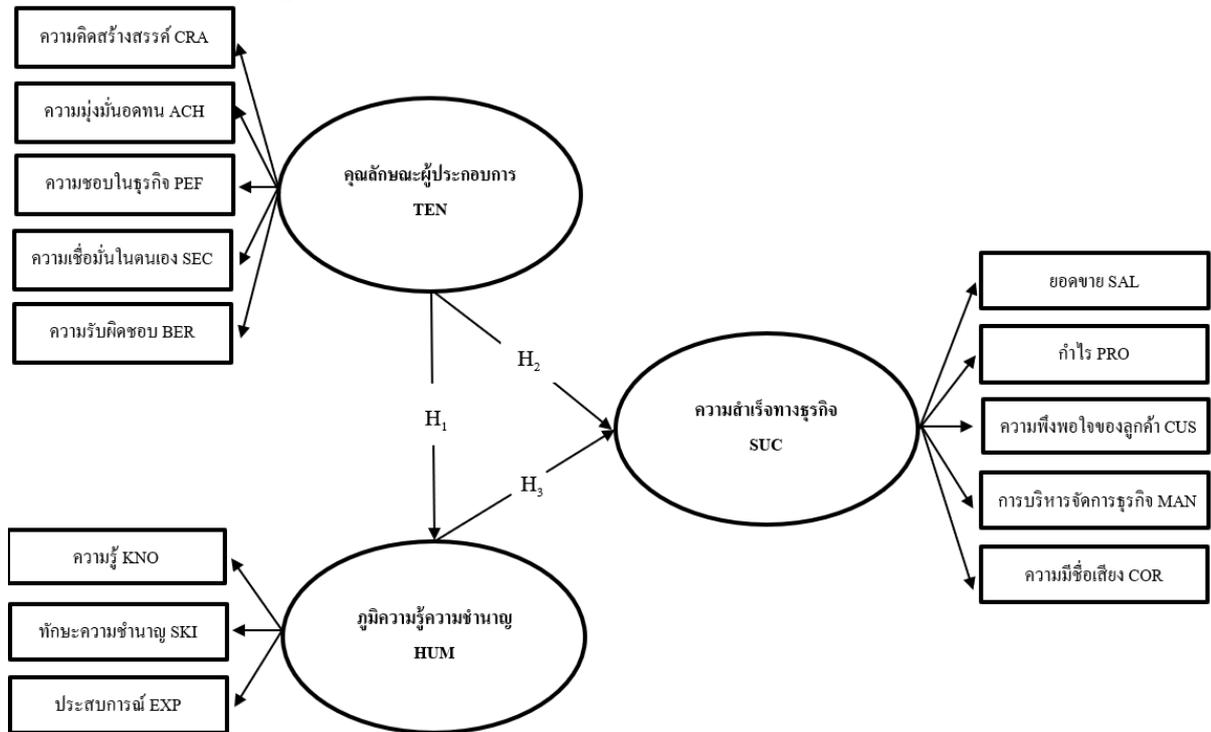
ผู้ประกอบการสะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้ 1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งที่ปฏิบัติทั้งในเชิงทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยรวมถึงความรู้ที่ได้จากการศึกษาในระบบ การเรียนรู้นอกห้องเรียน และประสบการณ์จากสถานการณ์จริง 2) ทักษะความชำนาญ (Skill) คือ ความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ความชำนาญในการปฏิบัติงานถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและการขยายตัวของธุรกิจอย่างชัดเจน 3) ประสบการณ์ (Experience) ครอบคลุมถึงประสบการณ์จากการทำงานในฐานะลูกจ้าง การมีส่วนร่วมในธุรกิจของครอบครัว หรือการเริ่มต้นกิจการด้วยตนเอง ซึ่งช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีสมรรถนะที่เหมาะสมต่อบทบาทของผู้ประกอบการในอนาคต

### แนวคิดความสำเร็จทางธุรกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญเพื่อให้สามารถบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ในแต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลขององค์กร หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้วเป้าหมายขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลได้ การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้นซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ Tasnim et al. (2013) กล่าวถึง ปัจจัยแห่งความสำเร็จ กล่าวคือ ปัจจัยด้านการเงิน ได้แก่ ผลกำไรจากการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการ ทั้งด้านกระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้าง้อและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ ขณะที่ Hatten (2017) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจำเป็นต้องสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งผลิตสินค้าและการบริการที่มีคุณภาพ ในสถานะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างรุนแรงความสำเร็จทางธุรกิจจะเกิดขึ้นได้นั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้าพึงพอใจ เพราะไม่เพียงแต่เป็นการรักษาลูกค้าเดิมแต่ยังเป็นการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ด้วย นอกจากนี้ Rauch and Frese (2000) กล่าวถึงปัจจัยความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ มีการจัดองค์กรที่เหมาะสม มีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนไม่ซับซ้อนเหมาะกับขนาดของกิจการ และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามขนาดขององค์กรที่เจริญเติบโตขึ้น โดยที่ Dess et al. (2004) ได้นำเสนอปัจจัยความสำเร็จที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ คือความมีชื่อเสียง ชื่อเสียงของธุรกิจสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ความมีชื่อเสียงที่ดีเมื่อเทียบกับธุรกิจของคู่แข่ง สามารถส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจความสามารถในการแข่งขัน จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จทางธุรกิจ (Successful Business) หมายถึง ผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ยอดขาย (Sales) หมายถึง รายได้จากการขาย ในการกำหนดราคาขายจะควบคุมต้นทุนเพื่อไม่ให้มีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งเพื่อรักษายอดขาย 2) กำไร (Profit) หมายถึง กำไรจากเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ผลกำไรสะท้อนถึงสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ 3) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของลูกค้า ความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ 4) การบริหารจัดการธุรกิจ (Management) หมายถึง การจัดการองค์กรที่มีสายบังคับบัญชาที่ชัดเจนเหมาะสมกับขนาดขององค์กร วางแผน สั่งการ ติดตามและควบคุมภายในอย่างเป็นระบบ 5) ความมีชื่อเสียง (Corporate Reputation) หมายถึง ความมีชื่อเสียงที่ดีเมื่อเทียบกับธุรกิจของคู่แข่ง ชื่อเสียงของธุรกิจสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงเชื่อมโยงมโนทัศน์และกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้  
 สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อภูมิความรู้ความชำนาญ  
 สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ  
 สมมติฐานที่ 3 ภูมิความรู้ความชำนาญส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

**กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย**



ภาพที่ 1 โมเดลสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Z

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Z ในประเทศไทย (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2553) สำหรับกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง 20 ราย ต่อ 1 พารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2010) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 13 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 260 ตัวอย่าง ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและลดความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบผู้วิจัยจึงเก็บประชากรทั้งหมด 300 ราย โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ 300 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 ของอัตราการตอบกลับ

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเชิงความคิดเห็น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับความคิดเห็น โดยส่วนที่ 2 เป็นคำถามคุณลักษณะผู้ประกอบการ 5 คุณลักษณะ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ความ

มุ่งมั่นอดทน (Determination) ความชอบในธุรกิจ (Personal Favorite) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence) ความรับผิดชอบ (Be responsible) จำนวน 25 ข้อ ประยุกต์ข้อคำถามจากแนวคิดและงานวิจัย Hill (2016), Clifton (2014), Tracy (2016), Zwilling (2016), Daskal (2014), Gaikwad (2016) และ Imafidon (2017) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามภูมิความรู้ความชำนาญ 3 ปัจจัย ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ ความชำนาญ (Skill) ประสบการณ์ (Experience) จำนวน 15 ข้อ ประยุกต์ข้อคำถามจากแนวคิดและงานวิจัยของ (Bruedert et al., 2012; Burud & Tumolo, 2014; Davenport, 2016; Frese, 2000; Isaksen, 2008; Jones & George, 2013; Kumar & Sihag, 2012) ส่วนที่ 4 เป็นคำถามความสำเร็จทางธุรกิจ 5 ปัจจัย ได้แก่ ยอดขาย (Sales) กำไร (Profit) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การบริหารจัดการธุรกิจ (Management) ความมีชื่อเสียง (Corporate Reputation) จำนวน 25 ข้อ ประยุกต์ข้อคำถามจากแนวคิดและงานวิจัยของ Tasnim et al. (2013), Hatten (2017), Rauch & Frese (2000) และ Dess et al. (2004)

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีวัดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นอกจากนี้ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่าความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของแต่ละตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2006) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected-Item Total Correlation) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ไม่มีการตัดข้อคำถามออกจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบการเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) โดยการตรวจสอบแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิเคราะห์ที่ตัวแปรทั้งหมด พบว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ค่า Variance extracted มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (Hair et al., 2006)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยการใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Z ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 1. การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) 2. ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) และ 3. ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) (Hair et al., 2006) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลตัวแปรทั้งหมดของการศึกษาเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

### ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการกลุ่มเจเนอเรชัน Z จำนวน 300 ราย ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.6 และเป็น เพศชาย ร้อยละ 29.4 มีอายุระหว่าง 15-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.2 อายุระหว่าง 19-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 อายุระหว่าง 23-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.4 อายุระหว่าง 27-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.7 มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และ

ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.0 เท่ากัน มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 8.2 อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 13.4 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.8 และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 4.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจประเภทค้าส่ง/ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 89.2 ธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 7.3 และธุรกิจการผลิต คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.8 ระยะเวลา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 ระยะเวลา 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.2 และระยะเวลา 7 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.7

2. ระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ พบว่า ตัวแปรแฝงคุณลักษณะผู้ประกอบการ (TEN) มีตัวแปรสังเกตได้ ความคิดสร้างสรรค์ (CRA) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.988 ความชอบในธุรกิจ (PEF) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.979 ความรับผิดชอบ (BER) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.937 ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEC) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.927 และความมุ่งมั่นอดทน (ACH) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.797 ตามลำดับ ตัวแปรแฝงภูมิความรู้ความชำนาญ (HUM) มีตัวแปรสังเกตได้ ประสบการณ์ (EXP) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.909 ทักษะความชำนาญ (SKI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.862 และความรู้ (KNO) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.795 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรแฝงความสำเร็จทางธุรกิจ (SUC) มีตัวแปรสังเกตได้ กำไร (PRO) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.904 ความพึงพอใจของลูกค้า (CUS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.897 โดยที่การบริหารจัดการธุรกิจ (MAN) และยอดขาย (SAL) มีค่าเท่ากับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.895 และท้ายสุด ความมีชื่อเสียง (COR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.878 ตามลำดับ

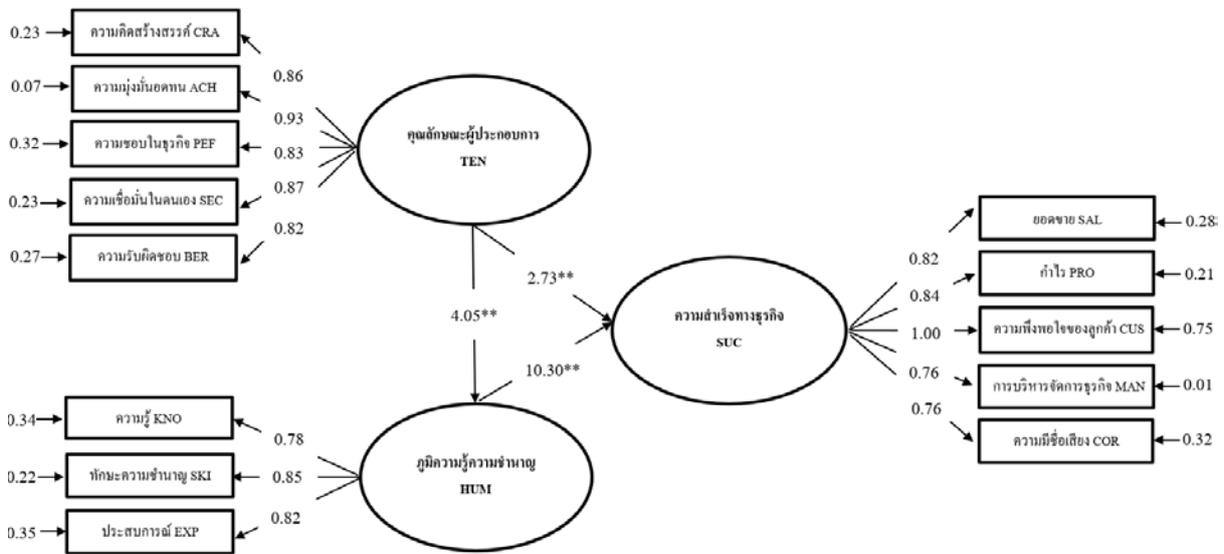
3. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจเนอเรชั่น Z

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.24\*\* และ 0.12\*\* และภูมิความรู้ความชำนาญ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.61\*\* โดยภูมิความรู้ความชำนาญ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรงสูงสุด และคุณลักษณะผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรงต่ำสุด นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้านอิทธิพลเส้นทางที่ส่งผลต่ออิทธิพลทางอ้อม พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ผ่านตัวแปรภูมิความรู้ความชำนาญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.15\*\* และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.27\*\*

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ภายในของปัจจัยเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างที่มีการปรับโมเดลเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในทางทฤษฎีแสดงถึงผลการวิจัยที่ยอมรับสมมติฐานหลักว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



$\chi^2 = 62.13, df = 53, \chi^2/df = 1.239, P\text{-value} = 0.101, RMSEA = 0.025, GFI = 0.950, AGFI = 0.930$

ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะผู้ประกอบการภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Z

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 1 สามารถแสดงผลการวิจัยของโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2 = 62.13, df = 53, \chi^2/df = 1.239, P\text{-value} = 0.101, RMSEA = 0.025, GFI = 0.950, AGFI = 0.930$  (Hair et al. 2006) จึงสรุปได้ว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างโมเดลมาตรวัดโดยรวมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรสาเหตุที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดที่มีความสัมพันธ์กันนั้นสามารถอธิบายตัวแปรผล ภูมิความรู้ความชำนาญร้อยละ 6.00 และตัวแปรสาเหตุที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดที่มีความสัมพันธ์กันนั้นสามารถอธิบายตัวแปรผลความสำเร็จทางธุรกิจได้ ร้อยละ 42.00

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน

ตัวแปรแฝงภายใน	ภูมิความรู้ความชำนาญ (HUM)					ความสำเร็จทางธุรกิจ (SUC)					
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE		
ตัวแปรภายนอก											
คุณลักษณะผู้ประกอบการ (TEN)	0.24** (0.06)	-	0.24** (0.06)	0.12** (0.04)	0.15** (0.04)	0.27** (0.06)					
ภูมิความรู้ความชำนาญ (HUM)	-	-	-	0.61** (0.06)	-	0.61** (0.06)					
ตัวแปรสังเกตได้	CRA	ACH	PEF	SEC	BER	KNO	SKI	EXP	SAL	PRO	CUS
R <sup>2</sup>	0.75	0.89	0.64	0.77	0.69	0.62	0.74	0.61	0.68	0.75	0.97
ตัวแปรสังเกตได้	MAN	COR									
R <sup>2</sup>	0.61	0.61									
ตัวแปรแฝงภายใน											
R <sup>2</sup>					HUM				SUC		
					0.06				0.42		

$\chi^2 = 62.13, df = 53, \chi^2/df = 1.239, P\text{-value} = 0.101, RMSEA = 0.025, GFI = 0.950, AGFI = 0.930$

หมายเหตุ DE = อธิพจน์ทางตรง, IE = อธิพจน์ทางอ้อม, TE = อธิพจน์รวม \* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (1.960 ถึงน้อยกว่า 2.576) \*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (เท่ากับหรือมากกว่า 2.576)

## อภิปรายผล

คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อภูมิความรู้ความชำนาญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.24\*\* โดยผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ในทฤษฎีการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Burud & Tumolo, 2014; Davenport & Thomas, 2015; Isaksen, 2008; Jens et al., 2009). ปัจจัยที่สนับสนุนให้บุคคลเข้าสู่อาชีพผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย กล่าวคือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงาน การมีประสบการณ์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้อย่างเหมาะสม ปัจจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาหรือความรู้ที่ได้ การศึกษา ซึ่งการศึกษามีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่เกี่ยวกับทักษะความคล่องแคล่ว รู้จักขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ทักษะความคล่องแคล่วจำเป็นต้องอาศัยความแข็งแกร่งทั้งทางร่างกายและจิตใจตลอดจนความปรารถนาเปรียบคล่องแคล่วกับการเรียนรู้เฉพาะเรื่อง การเก่งเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สอดคล้องกับ Farmer et al. (2011) คุณลักษณะผู้ประกอบการที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจได้นั้นผู้ประกอบการควรมีคุณสมบัติด้านภูมิความรู้ความชำนาญ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจได้ สอดคล้องกับอุบลวรรณ ภวากานันท์ (2554) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่น ความชอบในธุรกิจ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความรับผิดชอบ มีผลต่อความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยภูมิความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งนี้ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า บุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่มาจากคุณสมบัติส่วนตัว ประกอบกับภูมิความรู้ ทักษะความชำนาญและประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการได้จากการทำงานสามารถนำมาพัฒนาและปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าซึ่งปัจจัยสำคัญเหล่านี้มีผลต่อความสำเร็จเติบโตและนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.12\*\* โดยผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ในทฤษฎีการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tasnim (2014), สุธีรา อะทะวงษา (2556), วิมลวิภา เกตุเทียน (2556), อาทิตยา แซ่ลี (2557), วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) และ พรณพรช หนูดี (2557) ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการต้องมีความคิดริเริ่มอย่างสร้างสรรค์ นำเอาประสบการณ์ในอดีตมาปรับใช้ให้เกิดความคิดริเริ่มที่แตกต่างอย่างสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตและความสำเร็จของธุรกิจ รวมทั้งความมุ่งมั่นอดทนมีลักษณะที่มั่นคงไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือปัญหาและอุปสรรค มองปัญหาอุปสรรคเป็นความท้าทายที่รอการแก้ไข สอดคล้องกับปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการเติบโตและประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับ Kumar and Sihag (2012) ที่พบว่า คุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ มีทักษะความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีความกล้าในการคิดและการตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสามารถในการสื่อสาร มีวิสัยทัศน์และมุมมองในเชิงบวก มีความสำคัญเชิงบวกที่นำไปสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้นต้องมีความคิดริเริ่มอย่างสร้างสรรค์ มีความมุ่งมั่นอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีความชอบความสนใจในสิ่งนั้น เชื่อมั่นในความสามารถของตน มีความใส่ใจและทุ่มเทในสิ่งที่ปฏิบัติอยู่ มีความรอบรู้ ความใฝ่รู้ ความขยัน ความมุ่งมั่นพยายาม กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ ตลอดจนมีความสามารถในการนำประสบการณ์ในอดีตมาพัฒนาและปรับใช้อย่างสร้างสรรค์

ภูมิความรู้ความชำนาญมีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.61\*\* ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ในงานวิจัยฉบับนี้ ผลลัพธ์ดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Isaksen (2008), Baum et al. (2017), Burud & Tumolo (2014), Robbins et al. (2016) และ Frese & Kruijff (2015) รวมถึง Jens et al. (2009) ที่ระบุว่า ความรู้ ความสามารถเฉพาะทาง และประสบการณ์จากการทำงานก่อนหน้า มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จขององค์กรธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับข้อเสนอของ Wickham (2011) ซึ่งอธิบายว่า การนำความรู้ที่ได้รับจากระบบการศึกษาและประสบการณ์ในอดีตมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ ช่วยส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการในทางปฏิบัติ Davenport (2016) ได้ชี้ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักเป็นผู้ที่มีความชำนาญในงานที่ปฏิบัติ มีทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์และแนวคิดในเชิงบวก อีกทั้งยังมีระบบการบริหารจัดการที่มีแบบแผนและรอบคอบ จากมุมมองของผู้วิจัย เห็นว่า การจะประสบความสำเร็จในฐานะผู้ประกอบการนั้น ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในสิ่งที่ตนกระทำ พร้อมทั้งสามารถนำองค์ความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมในบริบทของการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ทักษะและความเชี่ยวชาญที่สั่งสมจากการทำงานถือเป็นปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จ และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลจากการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อภูมิความรู้ ความชำนาญ โดยสามารถอธิบายได้ว่า บุคลิกภาพและลักษณะเฉพาะตัวของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย คุณสมบัติส่วนบุคคล รวมถึงองค์ความรู้ ทักษะเชิงวิชาชีพ และประสบการณ์ในการทำงาน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนมีส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ด้วยเหตุนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวควรได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การต่อยอดจุดเด่น และการปรับปรุงข้อบกพร่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลจากการวิจัย พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจด้วยความชอบในธุรกิจ มีความมุ่งมั่นอดทนยืนหยัดต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคด้วยความเชื่อว่าตนสามารถที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ให้สำเร็จได้ ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ อดทนต่อแรงกดดันและความเครียด มีความรับผิดชอบสามารถทำงานหนักเพื่อแก้ไขปัญหาให้สำเร็จไปด้วยดีสิ่งเหล่านี้คือหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

3. ผลจากการวิจัย พบว่า ภูมิความรู้ความชำนาญส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ กล่าวคือผู้ประกอบการควรมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างในสินค้า และการลดต้นทุนการผลิต โดยเหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะ ประการแรกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเกินความคาดหวัง โดยพิจารณาจากการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มขึ้น ประการที่สองการสร้าง ความแตกต่างในสินค้า กระบวนการผลิต ระบบบรรจุภัณฑ์และกระบวนการตลาด โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันต้องนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททำให้เกิดความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นด้วยเทคโนโลยี

ประการที่สามารถลดต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้ประกอบการสามารถพิจารณาจากราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งผู้ประกอบการต้องพัฒนาการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการ

### ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

จากผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ตามหลักคตพจน์ประจำชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” 1) มั่นคง กล่าวคือ ความมุ่งมั่นอดทน ไม่ยอมแพ้ต่อปัญหาอุปสรรคและความล้มเหลว เพราะการดำเนินธุรกิจนั้นย่อมมีปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องยืนหยัดต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคด้วยความเชื่อว่าตนสามารถที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ให้สำเร็จได้ ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นอดทนต่อแรงกดดันและความเครียด มีความคิดริเริ่มอย่างสร้างสรรค์ในการไปสู่ความสำเร็จ สามารถใช้เวลาส่วนตัวในการทำงานหนักเพื่อแก้ไขปัญหาให้สำเร็จไปด้วยดีสิ่งเหล่านี้ คือ หนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ 2) มั่งคั่ง กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยภูมิความรู้ความชำนาญ ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ ทักษะความชำนาญ และประสบการณ์สิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีสมรรถนะที่เหมาะสมต่อการเป็นผู้ประกอบการ การที่ผู้ประกอบการจะสามารถพบกับความสำเร็จจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับทุนมนุษย์ที่มีอยู่จากตัวผู้ประกอบการเอง 3) ยั่งยืน กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตลอดจนการสร้างความน่าเชื่อถือในสินค้าและบริการ รวมทั้งความมีชื่อเสียงของธุรกิจ เป็นตัวชี้วัดที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายสินค้าหรือบริการได้ ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ประกอบการมียอดขายจากการขายสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นย่อมหมายถึงผู้ประกอบการจะมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจซึ่งถือเป็นความสำเร็จในการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

### ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

จากผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในระดับมาก ดังนั้นหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จแก่ผู้ประกอบการต่อไปในอนาคต

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจประเภทเดียวกัน แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ ตลอดจนมีการส่งเสริมพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ เหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถแข่งขันได้และอยู่รอดอย่างยั่งยืน

2. ควรพิจารณาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จทางธุรกิจให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัย ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งยังมีตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ เช่น ลักษณะของสถานประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจมากน้อยเพียงใด

3. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการซึ่งอาจทำให้ทราบถึงข้อมูลเพียงด้านเดียว การทำวิจัยในครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวอย่างเพิ่มเติมที่เป็นพนักงานในสถานประกอบการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นมุมมองเพิ่มเติมจากพนักงานและเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องเกี่ยวกับการปฏิบัติตามคุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Z ซึ่งอาจทำให้ข้อสรุปมีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- ธัญวรัตน์ บัวพรหมมาตร์. (2555). *การสร้างเทคโนโลยีแห่งตัวตนของนักธุรกิจรุ่นเยาว์ที่ประสบความสำเร็จ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรณพพรช หนูดี. (2557). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พัชรี หล้าแหล่ง. (2555). เส้นทางสู่ความสำเร็จ อายุน้อยร้อยล้าน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 6(1), 82-93.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 967-988.
- วิมพิวิภา เกตุเทียน. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง* [การศึกษาค้นคว้าอิสระ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(1), 61-79.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)*. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อาทิตยา แซ่ลี. (2557). ศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่สำปะหลัง อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 4(2), 1-12.
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2554). ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก. *Journal of HR Intelligence*, 7(2), 28-40.
- Anis, O. (2013). "I'm loving it!": What makes the successful entrepreneur affectively committed to entrepreneurial performance?. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 19(2), 27-52.
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2017). *The psychology of entrepreneurship*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Brüderl, J., Preisendörfer, P., & Ziegler, R. (2012). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Burud, S., & Tumolo, M. (2014). *Leveraging the New Human Capital: Adaptive Strategies, Resilient Organizations, and Sustainable Advantage*. Nicholas Brealey Publishing.
- Chatterjee, N. (2015). Managing success factors in entrepreneurial ventures: A behavioral approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(5), 534-560.
- Clifton, J. (2014). Who succeeds as an entrepreneur? An analysis of the post-entry performance of new firms in Japan. *Japan and the World Economy*, 15(2), 211-222.

- Daskal, L. (2014). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Management of Psychology, 11*(3), 12-25.
- Davenport, T. H. (2016). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing, 11*(3), 151-166.
- Davenport, T. H., & Thomas, O. (2015). *Human Capital: What IT IS and Why People Invest It?*. Jossey-Bass.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Taylor, M. L. (2004). *Strategic management: Creating competitive advantage*. McGraw-Hill.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dorsey, J. R., & Villa, D. (2020). *Zconomy: How Gen Z will change the future of business and what to do about it*. Harper Business.
- Farmer, S. M., Yao, X., & Kung-Mcintyre, K. (2011). The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and Practice, 35*(2), 245-273.
- Francis, P. (2016). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal, 11*(2), 17-27.
- Frese, M. (2000). The Internal-External Scale Confounds Internal Locus of Control with Expectancies of Positive Outcomes, Personality and Social Psychology. *Psychology Bulletin, 23*(6), 580-585.
- Frese, M., & Kruif, M. D. (2015). *Psychological Success Factors of Entrepreneurship in Africa: A Selective Literature Review*. Greenwood Publishing Group, Inc.
- Gaikwad, A. (2016). Entrepreneurial spirit among east Asian Chinese. *Thunderbird International Business Review, 42*(3), 285-309.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hatten, K. J. (2017). *Peter Drucker on the profession of management*. Harvard Business Press.
- Hill, N. (2016). *Napoleon Hill's Keys to Success: The 17 Principles of Personal Achievement*. <http://www.success.com>
- Imafidon, C. (2017). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology, 12*(3), 465-478.
- Isaksen, E. J. (2008). Entrepreneurs' human capital and early business performance. In H. Landström et al. (Eds.), *Entrepreneurship, sustainable growth and performance* (pp. 194-214). Edward Elgar Publishing.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2013). A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics On Venture Performance. *Journal of Business Venturing, 8*(3), 281-294.

- Kumar, A., & Sihag, S. (2012). Traits of entrepreneurs of small-scale Sector. *IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 9(2), 61-71.
- Lough, A. (2015). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* 15, 101-141. John Wiley & Sons, Ltd.
- Reuters. (2025). *World Bank trims Thailand's 2025 GDP growth outlook to 2.9% from 3.0%*. <https://www.reuters.com/markets/asia/world-bank-trims-thailands-2025-gdp-growth-outlook-29-30-2025-02-14/>
- Robbins, S. P., Bergman, R., Stagg, I., & Coulter, M. (2016). Risk Perception, risk propensity and entrepreneurial behavior. *Journal of American Academy of Business*, 7(1), 233-242.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2018). *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work*. Harper Collins.
- Tasnim, R. (2014). Measurement of ambiguity for tolerance. *Journal of Personality Assessment*, 39(6), 607-619.
- Tasnim, R., Yahya, S., & Zainuddin, M. N. (2013). I'm loving it! What makes the successful entrepreneur affectively committed to entrepreneurial performance?. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 19(2), 27-52.
- Tracy, B. (2016). A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms. *Journal of Management*, 13(1), 99-108.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy*. Atria Books.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2009). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(11), 341-358.
- Wickham, P. A. (2011). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 96-402.
- Zwilling, M. (2016). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.