

Entrepreneurial Leadership Affecting the Success Factors of Startup Businesses in Nakhon Ratchasima Province

Jintawee Raidee¹, Kamonthip Parichatnon^{2*}, and Surakiat Parichatnon³

¹Master of Business Administration Program in Modern Management, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus, Thailand

^{2,3}Department of Management, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus, Thailand

¹E-mail: Jintawee.ra@rmuti.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-4374-0326>

^{*2}Corresponding e-mail: kamonthip.ma@rmuti.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6874-4602>

³E-mail: surakiat.pa@rmuti.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-3606-2302>

Received 18/05/2025

Revised 22/05/2025

Accepted 25/06/2025

Abstract

Background and Aims: The research on entrepreneurial leadership affecting the success factors of startup businesses in Nakhon Ratchasima province aims to assess the level of entrepreneurial leadership among startup entrepreneurs in Nakhon Ratchasima, to determine the level of success achieved by these startup businesses, and to analyze the impact of entrepreneurial leadership on startup business success in the province.

Methodology: This research utilized a survey approach. Data were collected using a structured questionnaire based on a five-point rating scale to evaluate entrepreneurial leadership. The sample consisted of 330 startup entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

Results: This research indicated that the overall level of entrepreneurial leadership among startup entrepreneurs was high ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.315), the overall level of business success among startups was also high ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.457), and entrepreneurial leadership, particularly in the dimensions of idealized influence and clear vision articulation, had a statistically significant effect on startup success at the 0.01 level, with an R^2 of 0.207.

Conclusion: The findings indicate that both entrepreneurial leadership and business success among startup entrepreneurs in Nakhon Ratchasima are at high levels. Furthermore, entrepreneurial leadership significantly influences business success, especially through idealized influence and clear vision articulation, accounting for 20.70% of the variance (R^2 = 0.207) at the 0.01 significance level.

Keywords: Entrepreneurial Leadership; Business Success; Startup Business



ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

จินตวีร์ ไรต์¹, กมลทิพย์ ปรีชาตินนท์^{2*} และสุรเกียรติ์ ปรีชาตินนท์³

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

^{2,3}สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อศึกษาของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ระเบียบวิธีการวิจัย: การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 330 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย: 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม พบว่า $\bar{X} = 4.38$ และ $S.D. = 0.315$ 2) ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม พบว่า $\bar{X} = 4.11$, $S.D. = 0.457$ 3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีค่า $R^2 = 0.207$

สรุปผล: 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก 2) ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก 3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ได้ร้อยละ 20.70 ($R^2 = 0.207$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำผู้ประกอบการ; ความสำเร็จทางธุรกิจ; ธุรกิจ Startup

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และมีการใช้กันอย่างแพร่หลายจนเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวัน ประชาชนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรับส่งข่าวสารหาข้อมูลต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เช่น การค้นหาข้อมูลข่าวสาร แอปพลิเคชันที่ใช้อำนวยความสะดวกและการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ ซึ่งในทางธุรกิจมีการปรับตัวโดยการนำช่องทางอินเทอร์เน็ตรวมถึง การทำแอปพลิเคชันมาพัฒนาช่องทางขายสินค้าและบริการ เพื่อขยายการเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้บริโภค (พรชนก นาคนิล และณกมล จันทร์สม, 2566) สำหรับแนวทางการพัฒนาธุรกิจ Startup ที่เหมาะสมกับการ

พัฒนาธุรกิจ Startup หรือผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยีจากนโยบาย Thailand 4.0 ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นปรับเปลี่ยนแนวคิดจากทำมากได้น้อยเป็นทำน้อยได้มากโดยนำเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างก้าวกระโดด มีข้อจำกัดด้านการผลิต แหล่งทุน บุคลากร และมีความเสี่ยงสูง แหล่งเงินทุนมีความระมัดระวังในการปล่อยเงินกู้ให้กับธุรกิจประเภทนี้ (กฤษฎา มะแอ และกฤษฎา ฝิ่งใจ, 2561)

จังหวัดนครราชสีมาขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ มีประชากรสูงถึง 2.6 ล้านคน เป็นแหล่งศูนย์กลางความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ จากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) สูงถึง 2.9 แสนล้านบาท เป็นอันดับที่ 11 ของประเทศ แต่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 97,963 บาทต่อปี เป็นอันดับที่ 35 ของประเทศ โครงสร้างเศรษฐกิจของนครราชสีมา ประกอบด้วยภาคเกษตรกรรมร้อยละ 14.24 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 34.06 และภาคบริการ ร้อยละ 51.70 เห็นได้จากนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มาก เหมาะแก่การทำเกษตรกรรมทำเลที่ตั้งยังเหมาะต่อการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม จึงมีนิคมอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมากมายในช่วง 10 ปีหลัง และนครราชสีมายังเป็นเมืองท่องเที่ยวชื่อดังของประเทศ โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และวังน้ำเขียว มีนักท่องเที่ยวมากกว่า 5 ล้านคนต่อปี จึงทำให้ธุรกิจบริการมีความเจริญเติบโตสูงมาก (พัชรา วาณิชชิน, 2560)

จังหวัดนครราชสีมามีกลุ่มธุรกิจ Startup จำนวน 1,853 แห่ง มีกลุ่มการผลิตสินค้าด้านการผลิตพืชด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาพัฒนาสังคมในจังหวัดนครราชสีมา (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา, 2567) ซึ่งถือว่ายังมีผู้ประกอบการให้ความสนใจกับธุรกิจ Startup น้อยอยู่เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ และความสามารถในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ ขาดทักษะสำคัญต่างๆในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังไม่สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้การประกอบธุรกิจนั้นไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาดหรือการลงทุนได้ ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด ดังนั้นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาพยายามสร้างเศรษฐกิจ เพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมุ่งแสวงหาและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ให้สามารถสร้างมูลค่าสูงได้ ทั้งในด้านการสร้างเสริมโอกาสผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไปสู่ธุรกิจและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อนำประเทศไทยก้าวผ่านการเป็นประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพ เป็นกำลังในการขับเคลื่อนประเทศได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากเป็นลำดับที่ 2 ของประเทศไทย แต่พบว่า ธุรกิจ Startup ล้มเหลวตั้งแต่ยังไม่เริ่มธุรกิจเนื่องจากตัวผู้ประกอบการเองล้มเลิกความตั้งใจ ตั้งแต่แรกเริ่มใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางสร้างความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา
- 2) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา
- 3) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรม

ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงเป็นทฤษฎีภาวะผู้นำที่โดดเด่นซึ่งเน้นที่การสร้างแรงบันดาลใจและจูงใจผู้ติดตามให้เกินขอบเขตของผลประโยชน์ส่วนตัวเพื่อประโยชน์ของกลุ่มหรือองค์กร แนวคิดนี้ริเริ่มโดย James MacGregor Burns (1978) ผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงพยายามยกระดับทั้งตัวเองและผู้ติดตามโดยดึงดูดความศรัทธาและค่านิยมทางศีลธรรมที่สูงขึ้น ซึ่งแตกต่างจากภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนซึ่งอาศัยการแลกเปลี่ยนและการตอบแทน ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมุ่งหวังที่จะส่งเสริมแรงจูงใจภายในและการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว

องค์ประกอบหลัก

Bass and Avolio (1994) ขยายทฤษฎีพื้นฐานของ Burns โดยระบุมิติหลักสี่ประการของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง ได้แก่ อิทธิพลในอุดมคติ แรงจูงใจที่เป็นแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการพิจารณาเป็นรายบุคคล อิทธิพลในอุดมคติเกี่ยวข้องกับการที่ผู้นำทำหน้าที่เป็นแบบอย่าง ในขณะที่แรงจูงใจที่เป็นแรงบันดาลใจหมายถึงการแสดงวิสัยทัศน์ที่น่าสนใจ การกระตุ้นทางปัญญาท้าทายผู้ติดตามให้คิดอย่างสร้างสรรค์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง ในที่สุด การพิจารณาเป็นรายบุคคลหมายถึงการให้การสนับสนุนและคำแนะนำแบบเฉพาะบุคคลแก่ผู้ติดตามแต่ละคน มิติเหล่านี้ร่วมกันส่งเสริมให้พนักงานบรรลุระดับประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

ผลกระทบต่อผลลัพธ์ขององค์กร

ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีความเชื่อมโยงอย่างกว้างขวางกับผลลัพธ์เชิงบวกขององค์กร เช่น การมีส่วนร่วมของพนักงานที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพการทำงาน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงปลูกฝังความไว้วางใจและความมุ่งมั่น ซึ่งส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีมและนวัตกรรมที่ดีขึ้น (Judge & Piccolo, 2004) นอกจากนี้ องค์กรที่นำโดยผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมักมีอัตราการลาออกที่ต่ำกว่าและมีพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรมากขึ้น (Podsakoff et al., 1990) ทำให้เป็นรูปแบบที่สำคัญสำหรับภาวะผู้นำที่ยั่งยืน

การประยุกต์ใช้ข้ามวัฒนธรรม

แม้ว่าเดิมจะพัฒนาขึ้นในบริบทตะวันตก แต่ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการนำไปปฏิบัติได้ในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและองค์กรต่างๆ ตามที่ Bass (1997) กล่าวไว้ ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงนั้นมีลักษณะสากล เช่น วิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจ และพฤติกรรมที่มีจริยธรรม ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมต่างๆ แม้ว่าการแสดงออกถึงลักษณะเหล่านี้อาจแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น สังคมที่มีแนวคิดรวมศูนย์อาจเน้นย้ำถึงด้านชุมชนและความสัมพันธ์ของความเป็นผู้นำมากกว่าวัฒนธรรมที่เน้นปัจเจกบุคคล (Dorfman et al., 1997)

โดยสรุปแล้ว ความเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงเป็นแนวทางในการเป็นผู้นำที่มีพลวัตและมีประสิทธิภาพซึ่งส่งเสริมการเติบโตของบุคคลและองค์กร แนวทางดังกล่าวจะก้าวข้ามรูปแบบความเป็นผู้นำแบบเดิม ๆ

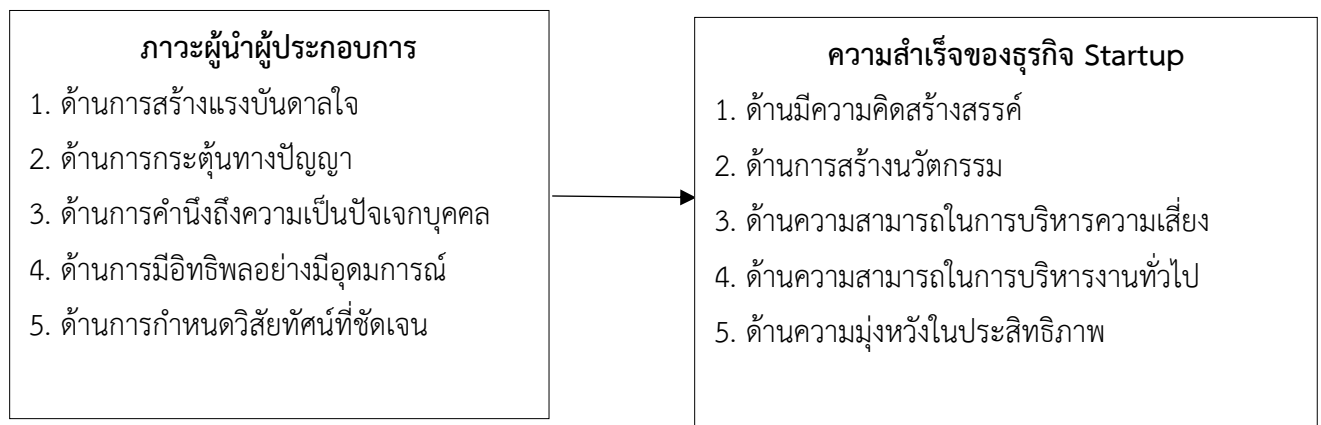
โดยเน้นที่วิสัยทัศน์ การเสริมพลัง และการมีส่วนร่วมทางศีลธรรม การวิจัยในอนาคตอาจศึกษาเพิ่มเติมว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและสภาพแวดล้อมการทำงานจากระยะไกลส่งผลต่อประสิทธิภาพของความเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงอย่างไร รวมถึงสามารถฝึกฝนผู้นำรุ่นใหม่เพื่อพัฒนาทักษะที่สำคัญเหล่านี้ในบริบทที่หลากหลายได้อย่างไร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมุ่งศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา มีดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,853 บริษัท (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 330 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane. (1973) ให้มีความเหมาะสมกับระดับความเชื่อมั่น 95%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) คำถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์

และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ข้อคำถามเป็น และข้อมูลคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย หรือเนื้อหา (IOC: Index of Consistency) เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามเนื้อหาและใช้ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

จากการทดสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence : IOC) มีข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่คำนวณได้อยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 1.00 และนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงของแบบวัดความสอดคล้องภายใน (internal consistency reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 เป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าเท่ากับ 0.950

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวน 330 คน และนำข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง มาทำการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2568

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ภาวะผู้นำผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficients) โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ค้นหาด้วยพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย:

1. การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 1 ตารางแสดง ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม

ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ใน จังหวัดนครราชสีมา	n = 330			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	4.41	0.439	มาก	2
2. ด้านกระตุ้นทางปัญญา	4.28	0.481	มาก	5

ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ใน		n = 330		
จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
3. ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.32	0.507	มาก	4
4. ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.50	0.353	มาก	1
5. ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน	4.40	0.409	มาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.38	0.315	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.315) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.353) รองลงมา คือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = .439) ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.409) ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.507) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านกระตุ้นทางปัญญา ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.481) ตามลำดับ

2. การศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 2 ตารางแสดง ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม

ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัด		n = 330		
นครราชสีมา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านมีความคิดสร้างสรรค์	4.24	0.533	มาก	2
2. ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.32	0.544	มาก	1
3. ด้านความสามารถในการบริหารความเสี่ยง	4.09	0.751	มาก	3
4. ด้านความสามารถในการบริหารงานทั่วไป	4.03	0.680	มาก	4
5. ด้านความมุ่งมั่นในประสิทธิภาพ	3.88	0.889	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.11	0.457	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.457) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการสร้างนวัตกรรม ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.544) รองลงมา คือ ด้านมีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = .533) ด้านความสามารถ ในการบริหารความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.751) ด้านความสามารถในการบริหารงานทั่วไป ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.680) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความมุ่งมั่นในประสิทธิภาพ ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.889) ตามลำดับ

3. การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 3 การตรวจสอบด้วยค่าสถิติ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor

ปัจจัย	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	.650	1.537
ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	.474	2.111
ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	.472	2.118
ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	.593	1.686
ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน	.552	1.812

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าของความแปรปรวนของค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ของพารามิเตอร์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Variance Inflation Factor : VIF) และค่าการยอมรับ (Tolerance) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งกับตัวแปรอิสระอื่นๆ ทั้งหมด ซึ่งหากตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กัน ค่า VIF จะมีค่าเป็น 1 จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 2.393 ถึง 4.256 ซึ่งค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 (Stevens, 2009) และค่าการยอมรับ (Tolerance) อยู่ระหว่าง .235 ถึง .418 ดังแสดงในตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า ข้อมูลไม่น่าจะเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Multicollinearity)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (Constant)	1.880	.357		5.273	.000
1. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	-.043	.064	-.041	-.669	.504
2. ด้านกระตุ้นทางปัญญา	-.031	.068	-.033	-.455	.649
3. ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	-.080	.065	-.089	-1.231	.219
4. ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	.349	.083	.270	4.207	.000**
5. ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน	.302	.074	.271	4.064	.000**

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	β		

R = 0.456 R² = 0.207 Adj R² = 0.195 S.E._{est} = 0.40988 F = 16.966 P-value = 0.000

* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ค่า R Square เท่ากับ 0.207 หมายความว่า ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ สามารถอธิบายความแปรปรวนความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ได้ร้อยละ 20.70 ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ ตัวแปรด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน สามารถอธิบายได้ ดังนี้ เมื่อคะแนนด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.349 คะแนน (p-value < 0.01) เมื่อคะแนนด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.302 คะแนน (p-value < 0.01)

สรุปผลการวิจัย

- 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก
- 2) ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก
- 3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ได้ร้อยละ 20.70 (R² = 0.207) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และอันดับสุดท้าย คือ ด้านกระตุ้นทางปัญญา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกรณ์ อุดมธนะสาร สกุล (2565) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้กับผลการดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ ที่ชัดเจน การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ อยู่ในระดับมากตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพฟรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup

มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและปัจจัยด้านรูปแบบการตลาด อยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ สามารถอธิบายการแปรปรวนความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ได้ร้อยละ 20.70 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของก้องภพ ชันติพงศ์พันธุ์ (2561) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและองค์การแห่งความยั่งยืนต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม: กรณีศึกษาพนักงานของบริษัทในกลุ่มสมบูรณ์ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการเข้าถึงปัจเจกบุคคล และด้านการใช้เทคโนโลยีอย่างมีอุดมการณ์ และปัจจัย ด้านองค์การแห่งความยั่งยืน ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ด้านความมีนวัตกรรมของพนักงาน ด้านพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงรุก และด้านพฤติกรรมการค้าหาโอกาส ในขณะที่ผลการทดสอบสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และปัจจัยด้านองค์การแห่งความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิศร อุ้นแสงจันทร์ (2564) ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ ของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และภาวะผู้นำของผู้ประกอบการคือด้าน ความต้องการความสำเร็จด้านการบริหารจัดการ และด้านการสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจคือกลยุทธ์สร้างความแตกต่างกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Song et al. (2019) ที่อธิบายว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมากต่อความสามารถในการเรียนรู้ของ SMEs เนื่องจากการเรียนรู้แต่ละด้านมีเชื่อมโยงกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soares and Perin (2020) และ Gomes et al. (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่า องค์กรที่มีความเป็นผู้ประกอบการสูง จะมุ่งเน้นการเรียนรู้สูง และมีแนวโน้มที่จะปลูกฝังหลักการที่ส่งเสริมการอุทิศตนเพื่อการเรียนรู้ในการสร้างนวัตกรรม การเปิดใจกว้าง และวิสัยทัศน์ร่วมกัน รวมถึงดำเนินการตลาดเชิงรุกและแสดงท่าทีก้าวร้าวต่อคู่แข่ง ดังนั้น SMEs จึงควรศึกษาตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างเชิงรุกและเชิงกว้าง เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ใหม่ ๆ จากภายนอกอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ นำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ และสนับสนุนหรือส่งเสริมการตลาดและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ และค้นหาวิธีการ แก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการ

2. ผู้ประกอบการควรผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะช่วยทำให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น และมีนโยบายที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อการสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากกระบวนการเดิม

3. ผู้ประกอบการควรสร้างวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินกิจการ และสามารถมองการณ์ไกลเพื่อนำธุรกิจ Startup ไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. อาจมีปัจจัยบางด้านที่ยังไม่ได้ศึกษา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรอิสระให้มากกว่านี้ เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และลักษณะทางด้านจิตวิทยา เพื่อจะได้ทราบว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดนครราชสีมา หรือไม่และอาจมีการศึกษาแบบ Focus Group กลุ่มผู้บริโภคหลัก เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยละเอียดและเพื่อจะได้ทราบปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดนครราชสีมาของกลุ่มเป้าหมายหลัก

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายไปในเขตจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเท่านั้น และข้อมูลที่ได้มาจึงเป็นมุมมองของผู้ประกอบการเพียงด้านเดียว ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจทำวิจัยโดยใช้แบบสัมภาษณ์ เจาะลึกถึงผู้บริโภคเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการปรับปรุงและพัฒนาความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดนครราชสีมา ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กฤษยา มะแอ และ กฤษณา ฝัองใจ. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 28(2), 148 – 153.

ก้องภพ ชันติพงศ์พันธุ์. (2561). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและองค์การแห่งความยั่งยืนต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม: กรณีศึกษาพนักงานของบริษัทในกลุ่มสมบูรณ์. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(3), 45–57.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

คณิตกร อุ่นแสงจันทร์. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 618–629.

ปกรณ อุดมธนะสารสกุล. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง การจัดการวิกฤต และปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กรธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงการระบาดของ COVID-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 43(2), 1–19.

พรชนก นาคนิล และ ณกมล จันทร์สม. (2566). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านการผลิตของจังหวัดปทุมธานี. *วารสารมหาจุฬาริชาการ*, 10(2), 256–268.

- พัชรา วาณิชวสิน. (2560). การพัฒนาภาวะผู้นำ: จากทฤษฎีสู่แนวปฏิบัติที่ดีและกรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ปัญญาชน.
- มหาธีรานนท์ และคณะ. (2561). วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา. (2567). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2567. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568, จาก <https://www.cgd.go.th/cs/nma/nma>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th>
- Bass, B. M. (1997). Does the transactional–transformational leadership paradigm transcend organizational and national boundaries? *American Psychologist*, 52(2), 130–139. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.2.130>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Sage Publications.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- Dorfman, P. W., Howell, J. P., Hibino, S., Lee, J. K., Tate, U., & Bautista, A. (1997). Leadership in Western and Asian countries: Commonalities and differences in effective leadership processes across cultures. *The Leadership Quarterly*, 8(3), 233–274.
- Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C., & Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39–54.
- Judge, T. A., & Piccolo, R. F. (2004). Transformational and transactional leadership: A meta-analytic test of their relative validity. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 755–768. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.5.755>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & 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.
- Soares, M. D. C., & Perin, M. G. (2020). Entrepreneurial orientation and firm performance: An updated meta-analysis. *RAUSP Management Journal*, 55(2), 143–159.
- Song, W., Ma, X., & Yu, H. (2019). Entrepreneurial orientation, interaction orientation, and innovation performance: A model of moderated mediation. *SAGE Open*, 9(4), 1–13.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.