บทบาทของแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาสต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก: หลักฐานเชิงประจักษ์จากผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น

The Role of Motivation, Ability, and Opportunity in Entrepreneurial Intentions in the Import-Export Business: Evidence from Young Working Adults

กฤษฎา ดลปัญญา[1]
Kitsada Dolpanya[1]

Received: 7 November 2024 **Revised:** 16 January 2025 **Accepted:** 29 January 2025

บทคัดย่อ

การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจนำเข้าส่งออกเป็นประเด็นสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ แต่การศึกษาที่ผ่านมามักเน้นศึกษากลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์แล้ว ทำให้ขาดความเข้าใจเชิงบูรณาการถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาสที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด แรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาส ในการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอายุ 18-30 ปี จำนวน 482 คน ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดพบว่าตัวแปรแฝงทั้งสามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรสังเกตได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยแรงจูงใจประกอบด้วยความต้องการความสำเร็จ ความต้องการการมีอำนาจ และความต้องการความผูกพัน ส่วนด้านความสามารถวัดจากทักษะในการดำเนินธุรกิจและการยอมรับความเสี่ยง และด้านโอกาสสะท้อนผ่านการแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการและการตื่นตัวของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างพบว่าโอกาสมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกสูงที่สุด รองลงมาคือแรงจูงใจและความสามารถ นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมของโอกาสและความสามารถที่ส่งผ่านแรงจูงใจ โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกได้ร้อยละ 68.3 ซึ่งผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยแสดงให้เห็นความสำคัญในการพัฒนาแบบบูรณาการที่ครอบคลุมทั้งการสร้างโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ การพัฒนาทักษะที่จำเป็น และการเสริมสร้างแรงจูงใจในการที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจนำเข้าส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

[1] สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี Email: dolpanya_k@su.ac.th

[2] International Logistics Management Department, Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus, Email: dolpanya_k@su.ac.th

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, ความสามารถและโอกาส, ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ, ธุรกิจนำเข้าส่งออก, ผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น

Abstract

The development of new-generation entrepreneurs in the import-export business is crucial for national economic growth. However, previous studies have primarily focused on experienced entrepreneurs, leading to a lack of integrated understanding of factors influencing import-export entrepreneurial intentions among young working adults. This research aims to examine the role of motivation, ability, and opportunity in entrepreneurial intentions in the import-export business by applying the Motivation, Ability, and Opportunity (MAO) framework to develop a causal relationship model. Using quantitative research methodology, data were collected through questionnaires from 482 respondents aged 18-30 years. The measurement model analysis revealed that all three latent variables had significant relationships with their observed variables. Motivation comprised the need for achievement, the need for power, and the need for affiliation; ability was measured through business skills and risk tolerance; and opportunity was reflected through entrepreneurial discovery and entrepreneurial alertness. The structural model analysis showed that opportunity had the highest direct effect on entrepreneurial intention, followed by motivation and ability. Additionally, indirect effects of opportunity and ability through motivation were identified. The model explained 68.3% of the variance in entrepreneurial intention. These findings have significant theoretical and practical implications, highlighting the importance of an integrated development approach that encompasses creating concrete business opportunities, developing essential skills, and enhancing entrepreneurial motivation to effectively and sustainably promote the development of new-generation entrepreneurs in the import-export business.

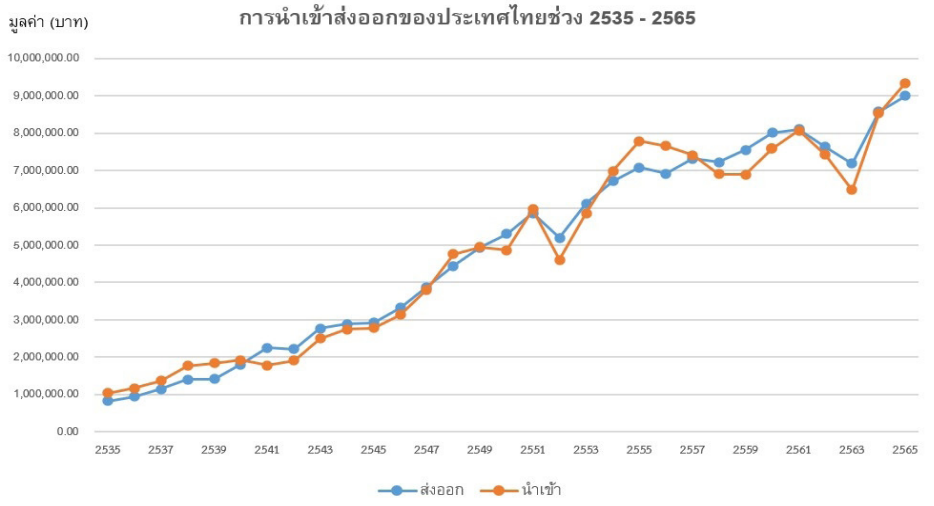
Keywords: Motivation, Ability and Opportunity, Entrepreneurial Intentions, Import-Export Business, Young Working Adults

บทนำ

การเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจถือเป็นเสาหลักทางเศรษฐกิจของประเทศที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เมื่อจำนวนผู้ประกอบการในสังคมเพิ่มขึ้นจะกลายเป็นแหล่งที่มาของการสร้างงาน การเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ (Altinay et al., 2012; Hopp & Stephan, 2012; Nabi & Liñán, 2011) การนำเข้าและส่งออกเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในหลายมิติ โดย Chen et al. (2019) ได้ศึกษาพบว่าการนำเข้าส่งออกไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถนำไปสู่

การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bernard et al. (2018) ที่พบว่าบริษัทที่มีส่วนร่วมในการค้าระหว่างประเทศมักมีประสิทธิภาพการผลิตที่สูงกว่าและมีการพัฒนานวัตกรรมที่รวดเร็วกว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเฉพาะในประเทศ ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ Melitz and Redding (2021) ชี้ให้เห็นว่าการนำเข้าส่งออกเป็นกลไกสำคัญในการกระจายทรัพยากรทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประเทศสามารถนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตสูงในประเทศและส่งออกสินค้าที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ นอกจากนี้ Antràs and De Gortari (2020) ยังพบว่าการค้าระหว่างประเทศช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานโลก และสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดและแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายมากขึ้น

ในส่วนของประเทศไทย ภาครัฐได้มีการผลักดันให้มีการสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นวาระแห่งชาติ (Parliament, 2016) รวมทั้งภาครัฐได้ให้การสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 8 โดยมีการส่งเสริมสถานประกอบการให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตและช่วยให้ประเทศสามารถแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้ โดยผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องมีทักษะแห่งอนาคต พร้อมทั้งสร้างทัศนคติที่ดี ทักษะความรู้ความสามารถของการเป็นผู้ประกอบการ และความรู้สำหรับการรับมือกับการแข่งขันที่จะรุนแรงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วทางธุรกิจได้ (NESDC, 2018) การนำเข้าและการส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนให้ภาคธุรกิจมีการเติบโตสูงขึ้นจากการที่ผู้นำเข้าสามารถซื้อหาสินค้าที่มีราคาถูก คุณภาพสูง มีความแตกต่างและรูปแบบใหม่ ๆ จากต่างประเทศ รวมทั้งสินค้าที่มีความขาดแคลนภายในประเทศ ทำให้ผู้นำเข้ามีความจำเป็นต้องนำเข้าสินค้ามาจากต่างประเทศเพิ่มมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ในส่วนของผู้ส่งออกสามารถที่จะขายสินค้าที่ตนเองผลิตในประเทศ จากการที่สินค้ามีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ การแปรรูปวัตถุดิบเพื่อการส่งออก หรือการมีปริมาณสินค้าเกินความต้องการของตลาดภายในประเทศ ผู้ส่งออกจะทำการขายสินค้ายังประเทศต่าง ๆ และในส่วนของประเทศไทยมีแนวโน้มการนำเข้าส่งออกในประเทศไทยในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 – พ.ศ. 2565 มูลค่าทั้งการนำเข้าและการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การนำเข้าส่งออกของประเทศไทยช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ.2535-2565
(ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

ผู้ประกอบการทางด้านการนำเข้าและการส่งออกมีความสำคัญอย่างมากต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ต่าง ๆ นอกจากนี้ Paul et al. (2017) ได้ศึกษาพบว่าผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจด้วยการนำเข้าส่งออกมีโอกาสเติบโตและขยายธุรกิจได้เร็วกว่าธุรกิจที่เน้นตลาดภายในประเทศเพียงอย่างเดียว เนื่องจากสามารถเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นและมีโอกาสในการสร้างนวัตกรรมจากการเรียนรู้ตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Knight and Liesch (2016) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจระหว่างประเทศตั้งแต่ระยะแรกมักจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่า ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการทำธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยที่จำนวนผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่นำเข้าและส่งออก ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อ รวมทั้งจำนวนครั้งของการทำธุรกรรมด้านนำเข้าและส่งออกส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (OSMEP, 2022) และจากการที่ผู้ประกอบการด้านการนำเข้าและส่งออกมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการด้วยการสำรวจความคิดเห็นด้านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเข้าและส่งออก การวิจัยนี้เป็นการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส (Motivation, ability, and opportunity Framework, MAO) (Hughes, 2007; MacInnis et al., 1991) เพื่อสำรวจความตั้งใจของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น (Young working adults) (Yeung & Yang, 2020; Yong et al., 2018) ในความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก เนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมามักเน้นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์แล้ว (Duan et al., 2023; Expósito et al., 2022) แต่ยังขาดการศึกษาในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น ซึ่งกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้นเป็นช่วงวัยสำคัญในช่วงเปลี่ยนผ่านจากวัยเรียนสู่

วัยทำงาน มีอายุระหว่าง 18-30 ปี (Johnson et al., 2015; Levinson, 1986) เป็นช่วงที่เริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับเส้นทางอาชีพ พัฒนาความเป็นอิสระทางการเงิน และเริ่มวางแผนอนาคตทางอาชีพ (Arnett, 2023) กลุ่มนี้มีลักษณะสำคัญคือ มีความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มที่จะแสวงหาโอกาสในการพัฒนาตนเองและความก้าวหน้าในอาชีพ (Ng et al., 2021; Randel et al., 2021) นอกจากนี้งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อเติมเต็มในส่วนของงานวิจัยทางด้านการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออกด้วยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส (MAO Framework) กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

แม้ว่ากรอบแนวคิด MAO จะถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาพฤติกรรมศาสตร์ แต่ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจนำเข้าส่งออก ยังมีช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญหลายประการ 1) การศึกษาที่ผ่านมามักเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยแยกส่วน เช่น ศึกษาเฉพาะแรงจูงใจ (Hsu et al., 2017) หรือความสามารถ (Newman et al., 2019) แต่ยังขาดการบูรณาการปัจจัยทั้งสามด้านเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ 2) แม้จะมีการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด MAO ในหลากหลายบริบท แต่การศึกษาในบริบทของธุรกิจระหว่างประเทศยังมีจำกัด ทำให้ขาดความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของ MAO ในบริบทเฉพาะของการค้าระหว่างประเทศ 3) การศึกษาที่ผ่านมามักเน้นที่ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์แล้ว แต่ยังขาดการศึกษาในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น (Young working adults) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว 4) ยังขาดการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างองค์ประกอบของ MAO ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผ่านระหว่างปัจจัยต่างๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออกของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของความสามารถและโอกาสที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออกผ่านแรงจูงใจของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น
3. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออกตามกรอบแนวคิด MAO

การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาสกรอบแนวคิดแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส (Motivation, Ability, and Opportunity Framework, MAO) เป็นกรอบแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย MacInnis et al. (1991) ซึ่งได้ศึกษา MAO ว่าเป็นแนวคิดที่จะช่วยในการกำหนดความต้องการของมนุษย์ในส่วนบุคคลที่จะมีต่อส่วนร่วมในพฤติกรรมบางอย่างที่มนุษย์สนใจ กรอบแนวคิด MAO มีรากฐานมาจากทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ แรงจูงใจ (Motivation) สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนส่วนบุคคลเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางพฤติกรรม และได้สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจ (Motivation) ความสามารถ (Ability) และโอกาส (Opportunity) ซึ่งมีผลต่อการสร้างทัศนคติ ต่อมาได้มีการประยุกต์ใช้กรอบ

แนวคิด MAO กับหลากหลายศาสตร์ทางวิชาการ เช่นทางด้านบริหารธุรกิจ (Clark et al., 2005; Krapež Trošt et al., 2016; MacInnis et al., 1991; Pak et al., 2019) ด้านระบบสารสนเทศ (Bigné et al., 2015; Govindaraju et al., 2013; Hughes, 2007; Strader & Hendrickson, 1999) และด้านการศึกษา (Lai et al., 2018) ในส่วนของแรงจูงใจเป็นแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน การรับรู้ ผลกระทบ ซึ่งทำให้พฤติกรรมของผู้ประกอบการมุ่งที่จะมีเป้าหมายที่อยากจะประสบความสำเร็จในการทำงาน (Pak et al., 2019) ในส่วนด้านความสามารถจะหมายถึงการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในขอบเขตของทรัพยากรและความรู้ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ และด้านโอกาสหมายถึงพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้แรงสนับสนุนและแรงกดดันของสิ่งแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ (Hughes, 2007; MacInnis et al., 1991; Siemsen et al., 2008)

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาทางด้านการเป็นผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลมาจากหลากหลายสาขาวิชารวมถึงด้านเศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยาและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งศาสตร์เหล่านี้มีส่วนกำหนดกรอบทฤษฎีและระเบียบวิธีวิจัย (Sivarajah & Achchuthan, 2013) ในส่วนการศึกษาด้านเป็นผู้ประกอบการพบว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการส่งเสริมการจ้างงาน การเจริญเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจ การมีนวัตกรรมใหม่ ๆ (Altinay et al., 2012) นอกจากนี้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intentions) เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต (Karabulut, 2016; Liñán et al., 2011; Liñán & Rodríguez-Cohard, 2015) ผู้ประกอบการถือว่าเป็นบุคคลที่มีทักษะความคิดริเริมในสิ่งใหม่ ๆ และมีแรงจูงใจในการจัดตั้งธุรกิจของตนเอง รวมทั้งมักจะมองหาการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ (Dhaliwal, 2016) นอกจากนี้การศึกษาของ Churchill and Bygrave (1989) นำเสนอปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยที่ผู้ประกอบการต้องมีความต้องการในการบรรลุความสำเร็จ อำนาจของการควบคุม ความอดทนและนิสัยชอบเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robinson et al. (1991) พบว่าความสำเร็จ อำนาจของการควบคุม ความคิดสร้างสรรค์และความมั่นใจมีผลต่อทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการ ในการวิจัยนี้ได้นิยามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คือระดับความมุ่งมั่นและความพร้อมของบุคคลที่จะเริ่มต้นและมีความต้องการดำเนินธุรกิจนำเข้าส่งออกและตั้งใจที่จะเริ่มธุรกิจในอนาคต

การพัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัย

ในส่วนการพัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัยจะใช้กรอบแนวคิดของแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส (MAO) เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส ที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก และการวิจัยนี้นำเสนอสามปัจจัยหลักที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก ดังต่อไปนี้ 1) ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2) ด้านความสามารถของการเป็นผู้ประกอบการ และ 3) ด้านโอกาสการของผู้ประกอบการ (Hughes, 2007; MacInnis et al., 1991; Siemsen et al., 2008)

แรงจูงใจ (Motivation)

การศึกษาด้านแรงจูงใจเริ่มต้นนำเสนอโดย Bayton (1958) เป็นการพิจารณาพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยให้คำจำกัดความทางด้านแรงจูงใจว่าเป็น แรงผลักดัน ความปรารถนา แรงกระตุ้น หรือเป็นการศึกษาด้านพฤติกรรมของ

มนุษย์ อย่างไรก็ตาม MacInnis et al. (1991) ได้ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจไม่จำเป็นจะต้องนำไปสู่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงมีการนำแนวคิดของ Parks and Mittal (1985) ที่ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจว่าแรงจูงใจจะมีผลต่อพฤติกรรมนั้นจะขึ้นอยู่กับความสามารถและโอกาสที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรม งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดทางทฤษฎีแรงจูงใจของแมคแคลแลนด์ (McClelland's Motivation Theory) (McClelland, 1985, 1987) มาเป็นกรอบแนวคิดด้านแรงจูงใจ (Motivation) ในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยการวิจัยนี้แรงจูงใจจะเป็นแรงขับเคลื่อนภายในที่กระตุ้นในบุคคลมีความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) 2) ความต้องการการมีอำนาจ (Need for power) 3) ความต้องการความผูกพัน (Need for affiliation) ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การวิจัยนี้จึงได้นำเสนอการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

ความสามารถ (Ability)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ประกอบการมีความจำเป็นที่ต้องมีทักษะในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออก ซึ่งทักษะที่เกี่ยวข้องจะมาจากการแสวงหาความรู้ด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ด้านการสื่อสารเจรจาต่อรองทางธุรกิจ (Dhaliwal, 2016; Ganotakis & Love, 2012) และความรู้ทางด้านการแก้ปัญหาในด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเข้าและส่งออก นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องสามารถอดทนและไวต่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและสามารถที่จะรับมือกับแรงกดดันทางธุรกิจที่เกิดขึ้นมาได้ รวมทั้งเมื่อมีการเผชิญหน้ากับทางเลือกและความไม่แน่นอนในทางธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ (Dhaliwal, 2016; Ganotakis & Love, 2012) การวิจัยนี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับความสามารถ (Ability) ในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าและส่งออก ซึ่งหมายถึงทักษะและความพร้อมที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจนำเข้าส่งออก ประกอบด้วย 1) ทักษะในการดำเนินธุรกิจ (Business skill) (Dhaliwal, 2016; Ganotakis & Love, 2012) 2) การยอมรับความเสี่ยง (Risk tolerance) (Grable & Roszkowski, 2007; Roszkowski et al., 2005) ที่แสดงถึงความสามารถในการรับมือกับความไม่แน่นอนและแรงกดดันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การวิจัยนี้จึงได้นำเสนอการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

โอกาส (Opportunity)

การมีโอกาสที่เพิ่มขึ้นของการเป็นผู้ประกอบการจะมาจากการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่สนใจในการดำเนินงาน ซึ่งการขาดแคลนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องจะทำให้ขาดความมั่นใจในการดำเนินงาน งานวิจัยนี้นำเสนอโอกาส (Opportunity) ในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก ซึ่งจะประกอบไปด้วย 1) การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial discovery) (Holcombe, 2003; McMullen et al., 2007; Shane, 2000) 2) การตื่นตัวของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial alertness) ซึ่งการวิจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญด้านแนวคิดของการตื่นตัว (Alertness) เป็นหนึ่งในแนวคิดหลักในการพัฒนาด้านโอกาสสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ (Holcombe, 2003; Tang et al., 2012) การที่ผู้ประกอบการจะมีการค้นหาโอกาสใหม่ ๆ จากการ

ที่คู่แข่งยังมองไม่เห็นโอกาสนั้น ๆ หรือมีการหาความรู้มาก่อน มีการเตรียมพร้อมและสามารถที่จะตอบสนองต่อโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจด้านการนำเข้าส่งออก (Kirzner, 2009; Ricketts & Kirzner, 1992; Tang et al., 2012) ดังนั้นการวิจัยนี้โอกาสหมายถึงการรับรู้และความสามารถในการระบุช่องทางทางธุรกิจในการนำเข้าส่งออก การวิจัยนี้จึงได้นำเสนอการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 โอกาสของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถกับแรงจูงใจ

ในส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถและแรงจูงใจในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการได้รับความสนใจอย่างมากในงานวิจัย โดย Hsu et al. (2017) พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) มีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมักจะมีแรงจูงใจในการทำงานที่ท้าทายมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Newman et al. (2019) ที่พบว่าความสามารถในการดำเนินธุรกิจส่งผลต่อระดับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเพิ่มความมั่นใจในการจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ นอกจากนี้ Li et al. (2021) ยังพบว่าทักษะทางธุรกิจและความสามารถในการจัดการความเสี่ยงมีผลต่อแรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสกับแรงจูงใจ

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสและแรงจูงใจ Alvarez and Barney (2020) ได้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีอิทธิพลโดยตรงต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะเมื่อบุคคลสามารถมองเห็นช่องทางในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจที่ชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ Wood and McKelvie (2015) พบว่าการตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจ (Entrepreneurial alertness) มีผลต่อแรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจเนื่องจากช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจในความเป็นไปได้ของธุรกิจ นอกจากนี้งานวิจัยของ Davidsson and Gruenhagen (2021) ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการค้นพบโอกาสทางธุรกิจกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะในบริบทของการค้าระหว่างประเทศ

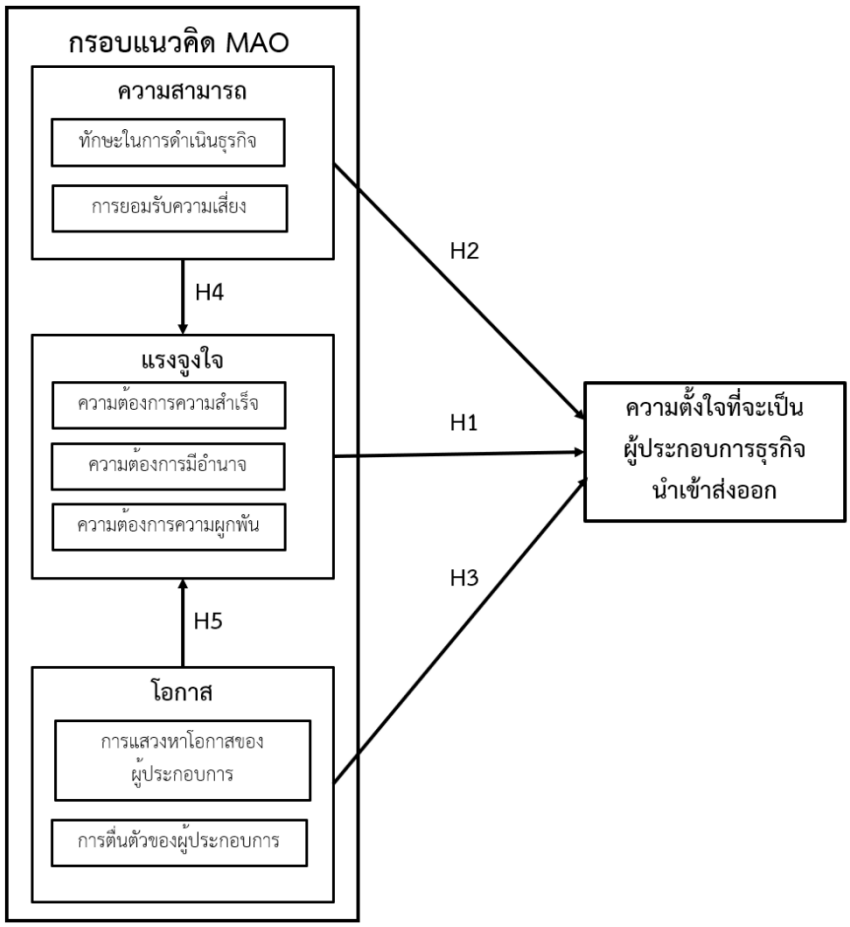
สมมติฐานที่ 5 โอกาสของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านนำเข้าส่งออก

ตารางที่ 1 จะแสดงตัวแปรที่กำหนดที่ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวข้องกับแนวคิดแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาสที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออก ตัวแปรต้นจะมีทั้งหมด 7 ตัวแปรซึ่งประกอบไปด้วย 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) ความต้องการการมีอำนาจ 3) ความต้องการความผูกพัน 4) ทักษะในการดำเนินธุรกิจ 5) การยอมรับความเสี่ยง 6) การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการและ 7) การตื่นตัวของผู้ประกอบการ ในส่วนตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้คือความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก

ตารางที่ 1 การพัฒนาและการสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัย (Construct Development)

ตัวแปร	อ้างอิง
แรงจูงใจ (Motivation)	
- ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement)	(McClelland, 1985, 1987; Raza et al., 2018)
- ความต้องการการมีอำนาจ (Need for power)	(McClelland, 1985, 1987; Raza et al., 2018)
- ความต้องการความผูกพัน (Need for affiliation)	(McClelland, 1985, 1987; Raza et al., 2018)
ความสามารถ (Ability)	
- ทักษะในการดำเนินธุรกิจ (Business skills)	(Dhaliwal, 2016; Ganotakis & Love, 2012) และ ผู้วิจัยพัฒนา
- การยอมรับความเสี่ยง (Risk tolerance)	(Grable & Roszkowski, 2007; Roszkowski et al., 2005; Roszkowski & Grable, 2005)
โอกาส (Opportunity)	
- การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial discovery)	(Holcombe, 2003; Kirzner, 1997; McMullen et al., 2007; Shane, 2000; Suddaby et al., 2015)
- การตื่นตัวของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial alertness)	(Chavoushi et al., 2021; Kirzner, 2009; Ricketts & Kirzner, 1992; Sharma, 2018; Tang et al., 2012)
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก (Entrepreneurial Intention)	(Holcombe, 2003; McMullen et al., 2007; Shane, 2000)

การพัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม (Literature review) จะแสดงความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย (Research Framework)

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) (Hair Jr et al., 2021) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในช่วงผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้น (Young working adults) อายุระหว่าง 18 - 30 ปี (Johnson et al., 2015) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์กำลังทางสถิติ (Power Analysis) ผ่านโปรแกรม G*Power ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าขนาดอิทธิพลระดับปานกลาง (0.15) และค่ากำลังการทดสอบ 0.95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเข้าที่สำคัญคือ ต้องเป็นผู้ที่มีความสนใจหรือมีแผนจะ

ประกอบธุรกิจนำเข้าส่งออก และมีความสมัครใจในการให้ข้อมูล สำหรับเกณฑ์การคัดออกประกอบด้วย เป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจนำเข้าส่งออกอยู่แล้ว ไม่มีความสนใจในธุรกิจนำเข้าส่งออก หรือให้ข้อมูลในแบบสอบถามไม่ครบถ้วน โดยในการเก็บข้อมูลจริงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 482 คน ซึ่งมากกว่าขนาดขั้นต่ำที่กำหนดไว้ และผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้การวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่โครงการ REC 65.1221-211-10719 และหมายเลขใบรับรอง COE 65.1227-216

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบข้อมูลของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนที่สองเป็นแบบวัดตัวแปรตามกรอบแนวคิด MAO ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ แบ่งเป็นด้านแรงจูงใจ 9 ข้อ ด้านความสามารถ 7 ข้อ ด้านโอกาส 4 ข้อ และด้านความตั้งใจ 3 ข้อ ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 (น้อยที่สุด) ถึง 5 (มากที่สุด) แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และได้ดำเนินการปรับปรุงตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.924 และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านพบว่าด้านแรงจูงใจมีค่าความเชื่อมั่น 0.892 ด้านความสามารถ 0.871 ด้านโอกาส 0.865 และด้านความตั้งใจ 0.883 แสดงว่าแบบสอบถามมีคุณภาพด้านความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) การดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 ถึง 31 มีนาคม 2567 และจะเก็บรักษาความข้อมูลในแหล่งเก็บข้อมูลดิจิทัลที่ไม่มีการเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ต ในส่วนของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาจะดำเนินการด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยเผยแพร่ลิงก์แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเครือข่ายนักศึกษาและศิษย์เก่าในสาขาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศและการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน รวมทั้งมีการส่งต่อแบบสอบถามผ่านการแนะนำของผู้ตอบแบบสอบถาม (Snowball Technique) และมีการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามด้วยคำถามคัดกรองเบื้องต้นเกี่ยวกับอายุและความสนใจในการประกอบธุรกิจนำเข้าส่งออก ก่อนที่จะให้ตอบแบบสอบถามในส่วนหลัก โดยที่ผู้ทำแบบทดสอบมีอิสระในการทำแบบสอบถาม ซึ่งส่วนประกอบของแบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วนคือส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา และส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาสกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านการนำเข้าส่งออก โดยคำถามทั้งหมดประกอบไปด้วย 23 คำถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ 1) ด้านแรงจูงใจ (Motivation) 2) ด้านความสามารถ (Ability) 3) ด้านโอกาส (Opportunity) และ 4) ด้านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก (Entrepreneurial intention)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1. การใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยการใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยเกณฑ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานประกอบด้วยการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน 1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง 3 ตัว (แรงจูงใจ ความสามารถและโอกาส) กับตัวแปรสังเกตได้ 7 ตัว และ 2) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) (Hair, 2009; Hair Jr et al., 2021; Schumacker & Lomax, 2016) จะแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิด MAO และสมมติฐานการวิจัย นอกจากนี้งานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Schumacker & Lomax, 2016) ดังนี้ (1) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistics) และค่าสัดส่วนควรมีค่าไม่เกิน 3.00 (2) ดัชนีวัดความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) อยู่ในระหว่าง 0 ถึง 1 (3) ค่ารากของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) อยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 (4) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Root Mean Squared Residual: SRMR) ควรมีค่าไม่เกิน 0.05 (5) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ขึ้นไป รวมทั้งวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างและความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือนในขั้นตอนสุดท้ายได้ดำเนินการปรับโมเดลตามค่าดัชนีการปรับโมเดลที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณาความเหมาะสมทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงสถิติ และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแก้ซ้ำจนได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดำเนินการด้วยโปรแกรม Smart PLS 4 โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา

ในส่วนของการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาก (Cronbach's Alpha) พบว่าทุกองค์ประกอบมีค่า Cronbach's Alpha สูงกว่า 0.85 แสดงถึงความเชื่อมั่นในระดับดีมาก โดยตัวแปรแรงจูงใจมีค่าความเชื่อมั่นสูงสุด (0.896) รองลงมาคือความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (0.889) และความสามารถ (0.883) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่าความต้องการความสำเร็จ มีค่าความเชื่อมั่นสูงสุดในกลุ่มแรงจูงใจ (0.882) ส่วน ทักษะในการดำเนินธุรกิจมีค่าสูงสุดในกลุ่มความสามารถ (0.875) และ การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการมีค่าสูงสุดในกลุ่มโอกาส (0.858) ค่าความเชื่อมั่นที่สูงนี้แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความสอดคล้องภายในสูงและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิจัย

นอกจากนี้ ผลการศึกษามาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) การวิเคราะห์โมเดลการวัด และ (3) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 482 คน พบว่ามีการกระจายตัวทางเพศที่ค่อนข้างสมดุล โดยมีสัดส่วนเพศหญิงร้อยละ 51.45 และเพศชายร้อยละ 48.55 สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก

ที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเพศ ในด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.37 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 32.37 และสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 7.26 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีความสนใจในการประกอบธุรกิจนำเข้าส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับช่วงวัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุเฉลี่ย 22.71 ปี

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย (n = 482)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง
แรงจูงใจ				
ความต้องการความสำเร็จ	4.02	0.89	-0.276	-0.654
ความต้องการมีอำนาจ	3.98	0.92	-0.312	-0.587
ความต้องการความผูกผัน	3.89	0.87	-0.245	-0.432
ความสามารถ				
ทักษะในการดำเนินธุรกิจ	4.12	0.94	-0.389	-0.498
การยอมรับความเสี่ยง	3.95	0.88	-0.267	-0.612
โอกาส				
การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ	4.08	0.91	-0.342	-0.576
การตื่นตัวของผู้ประกอบการ	3.97	0.86	-0.298	-0.489
ความตั้งใจ				
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.15	0.93	-0.423	-0.534

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยของทุกตัวแปรอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง (มากกว่า 3.80) โดยความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.15) รองลงมาคือทักษะในการดำเนินธุรกิจ (4.12) และการแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ (4.08) ค่าความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) ของทุกตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ระหว่าง ±1) แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงใกล้เคียงโค้งปกติ เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2. การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model Analysis)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Model Fit Indices) ดังนี้ = 2.84, GFI = 0.921, RMSEA = 0.061, SRMR = 0.042, CFI = 0.938 และค่าดัชนีความสอดคล้องจะพบว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้แก่ ค่า เท่ากับ 2.84 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 3.00 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับ

ข้อมูลในระดับที่ยอมรับได้ ค่า GFI เท่ากับ 0.921 ซึ่งสูงกว่า 0.90 บ่งชี้ว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ดี ค่า RMSEA เท่ากับ 0.061 และค่า SRMR เท่ากับ 0.042 ซึ่งต่ำกว่า 0.08 และ 0.05 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าโมเดลมีความคลาดเคลื่อนในระดับที่ยอมรับได้ และค่า CFI เท่ากับ 0.938 ซึ่งสูงกว่า 0.90 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลในระดับดี

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกต	Factor Loading	t-value	CR	AVE
แรงจูงใจ (Motivation)			0.892	0.673
ความต้องการความสำเร็จ	0.847	15.632***		
ความต้องการมีอำนาจ	0.823	14.874***		
ความต้องการความผูกพัน	0.785	13.965***		
ความสามารถ (Ability)			0.871	0.665
ทักษะในการดำเนินธุรกิจ	0.852	16.247***		
การยอมรับความเสี่ยง	0.778	14.123***		
โอกาส (Opportunity)			0.865	0.682
การแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ	0.834	15.876***		
การตื่นตัวของผู้ประกอบการ	0.816	15.342***		
ความตั้งใจ (Intention)			0.883	0.716
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	0.846	16.453***		

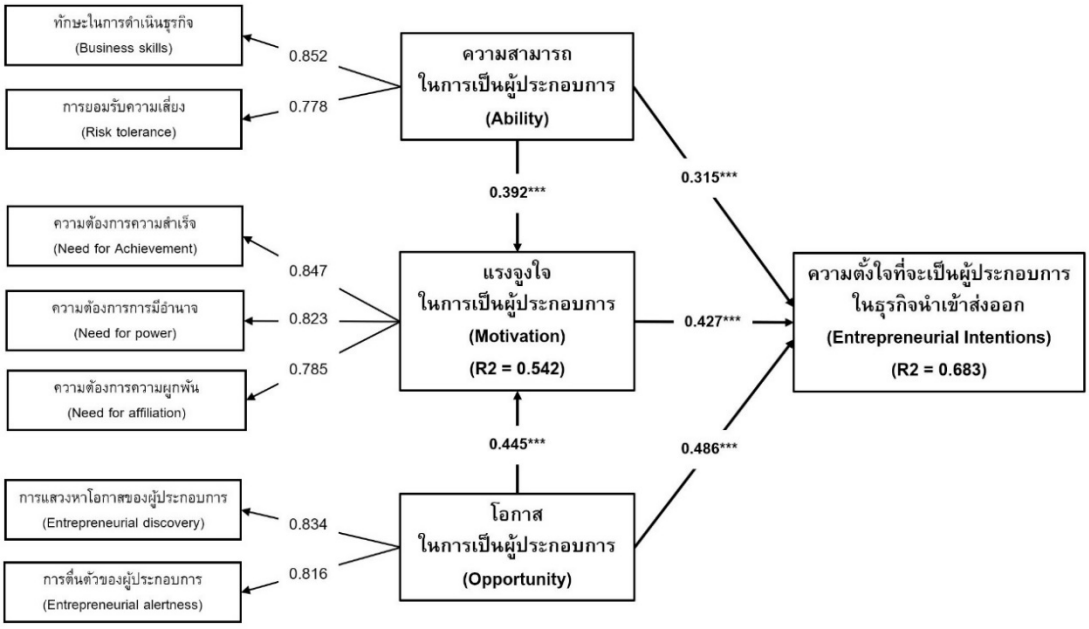
หมายเหตุ: ***p < 0.001; CR = ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง; AVE = ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้

จากผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด พบว่า ตัวแปรแฝงในโมเดลทั้งหมดมีคุณภาพการวัดในระดับดี โดยเริ่มพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าสูงกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวสามารถวัดตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในด้านทักษะในการดำเนินธุรกิจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดถึง 0.852 รองลงมาคือด้านความต้องการความสำเร็จ ที่มีค่า 0.847 และด้านการแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ ที่มีค่า 0.834 ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (CR) พบว่าทุกตัวแปรแฝงมีค่าสูงกว่า 0.85 โดยตัวแปรแรงจูงใจมีค่า CR สูงสุดที่ 0.892 รองลงมาคือความตั้งใจ 0.883 สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือสูงของเครื่องมือวัดในแต่ละด้าน ในส่วนของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) พบว่าทุกตัวแปรแฝงมีค่าสูงกว่า 0.65 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.50 อย่างชัดเจน โดยตัวแปรความตั้งใจมีค่า AVE สูงสุดที่ 0.716 แสดง

ว่าตัวแปรสังเกตได้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงได้ดี ผลการวิเคราะห์นี้มีนัยสำคัญกล่าวคือเครื่องมือวัดที่พัฒนาขึ้นมีความแม่นยำและน่าเชื่อถือสูง สามารถนำไปใช้ในการประเมินระดับแรงจูงใจ ความสามารถ และการรับรู้โอกาสของผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์พบว่าทักษะในการดำเนินธุรกิจเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สุดของความสามารถ (0.852) ในขณะที่ความต้องการความสำเร็จเป็นองค์ประกอบหลักของแรงจูงใจ (0.847)

3. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model Analysis)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ โดยพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี พิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องต่าง ๆ ได้แก่ $\chi^2/df = 2.91$, GFI = 0.912, RMSEA = 0.063, SRMR = 0.048 และ CFI = 0.927 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า นอกจากนี้ โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ถึงร้อยละ 68.3 ($R^2 = 0.683$) และอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจได้ร้อยละ 54.2 ($R^2 = 0.542$) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่น่าพอใจ



ภาพที่ 3 แผนผังแสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

สมมติฐาน	เส้นทางความสัมพันธ์	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม	t-value	ผลการทดสอบ
H1	แรงจูงใจ ⟶ ความตั้งใจ	0.427	-	0.427	8.642***	สนับสนุน
H2	ความสามารถ ⟶ ความตั้งใจ	0.315	0.167	0.482	6.874***	สนับสนุน
H3	โอกาส ⟶ ความตั้งใจ	0.486	0.190	0.676	9.753***	สนับสนุน
H4	ความสามารถ ⟶ แรงจูงใจ	0.392	-	0.392	7.926***	สนับสนุน
H5	โอกาส ⟶ แรงจูงใจ	0.445	-	0.445	8.847***	สนับสนุน

หมายเหตุ ***p < 0.001; R^2 (ความตั้งใจ) = 0.683; R^2 (แรงจูงใจ) = 0.542

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง พบว่าโอกาส (Opportunity) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุด ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.486 (t = 9.753, p < 0.001) รองลงมาคือแรงจูงใจ (Motivation) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.427 (t = 8.642, p < 0.001) และความสามารถ (Ability) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.315 (t = 6.874, p < 0.001) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์นี้สะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้นที่กำลังมองหาโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ ในส่วนของการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมพบว่า ทั้งโอกาส (Opportunity) และความสามารถ (Ability) ต่างมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจผ่านแรงจูงใจ โดยโอกาสมีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.190 (0.445 × 0.427) และความสามารถมีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.167 (0.392 × 0.427) เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม พบว่าโอกาส (Opportunity) มีอิทธิพลรวมสูงถึง 0.676 ในขณะที่ความสามารถ (Ability) มีอิทธิพลรวม 0.482 สะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองปัจจัยไม่เพียงแต่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ แต่ยังช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออกที่เพิ่มขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความสามารถ และโอกาสที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออกของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้นโดยโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ถึงร้อยละ 68.3 สะท้อนให้เห็นว่ากรอบแนวคิด MAO มีประสิทธิภาพสูงในการอธิบายการศึกษาครั้งนี้ 1) การที่โอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (β = 0.486)[2] สอดคล้องกับทฤษฎีการค้นพบโอกาสทางธุรกิจของ Shane and Eckhardt (2003) ที่เสนอว่าการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจระหว่างประเทศที่ต้องการความชัดเจนของโอกาสทางการตลาดและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Wood and McKelvie (2015) ที่พบว่าการตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ และ

[2] β สัญลักษณ์แทนค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient)

ในส่วนด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเป็นอันดับสอง (β = 0.427) สะท้อนให้เห็นความสำคัญของปัจจัยภายในบุคคล โดยเฉพาะความต้องการความสำเร็จที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (λ = 0.847)[3] สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland (1987) ที่เน้นความสำคัญของแรงขับเคลื่อนภายในบุคคล ข้อค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu et al. (2017) ที่พบว่าแรงจูงใจภายในมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ 2) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการแม้จะมีอิทธิพลทางตรงน้อยที่สุด (β = 0.315) แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับอิทธิพลทางอ้อมผ่านแรงจูงใจ (0.167) ทำให้มีอิทธิพลรวมถึง 0.482 จะแสดงให้เห็นบทบาทของความสามารถที่ไม่เพียงส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจผ่านการเพิ่มความมั่นใจในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Newman et al. (2019) ที่พบว่าการพัฒนาทักษะและความสามารถมีผลต่อการเพิ่มแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น พบว่าทั้งโอกาสและความสามารถต่างมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยโอกาสมีอิทธิพลสูงกว่า (β = 0.445) เมื่อเทียบกับความสามารถ (β = 0.392) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้โอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสามารถกระตุ้นแรงจูงใจได้มากกว่าการมีทักษะและความสามารถเพียงอย่างเดียว

ผลการวิจัยครั้งนี้มีส่วนเพิ่มเติมองค์ความรู้เกี่ยวกับกรอบแนวคิด MAO ในหลายประการ 1) การศึกษานี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างองค์ประกอบทั้งสามของ MAO ในบริบทของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยเฉพาะการค้นพบอิทธิพลทางอ้อมของโอกาสและความสามารถที่ส่งผ่านแรงจูงใจ ซึ่งขยายความเข้าใจจากงานวิจัยก่อนหน้าที่มักศึกษาความสัมพันธ์ทางตรงเพียงอย่างเดียว 2) การวิจัยนี้ได้พัฒนาและทดสอบเครื่องมือวัดองค์ประกอบของ MAO ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับบริบทของธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงให้เห็นโครงสร้างที่ชัดเจนของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ ประการที่สาม โอกาสมีอิทธิพลสูงสุดทั้งทางตรงและทางอ้อม ช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของปัจจัยสภาพแวดล้อมในกรอบแนวคิด MAO ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้าที่มักเน้นความสำคัญของปัจจัยภายในบุคคลอย่างแรงจูงใจและความสามารถ 3) การศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นว่ากรอบแนวคิด MAO สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ถึงร้อยละ 68.3 ซึ่งสะท้อนถึงความเหมาะสมของการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดนี้ในการศึกษาพฤติกรรมของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก

นอกจากนี้ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญต่อการพัฒนานโยบายและโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการในหลายมิติ ประการแรก หน่วยงานภาครัฐและสถาบันควรสนับสนุนให้ความสำคัญกับการสร้างและสื่อสารด้านโอกาสทางธุรกิจ เช่น การพัฒนาฐานข้อมูล โอกาสทางการค้าที่เข้าถึงได้ง่าย และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ประการที่สอง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมควรบูรณาการทั้งการพัฒนาทักษะและการสร้างแรงจูงใจ โดยเน้นการใช้กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ การฝึกปฏิบัติจริง และการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาระบบพี่เลี้ยงทางธุรกิจที่สามารถให้คำแนะนำทั้งด้านเทคนิคและการ

[3] λ สัญลักษณ์แทนค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)

สร้างแรงบันดาลใจ ประการที่สาม การสนับสนุนทางการเงินและการลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจยังคงมีความสำคัญ แต่ควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะและการสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้นที่อาจมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและประสบการณ์ อย่างไรก็ตามการวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการนำผลการศึกษาไปใช้ ประการแรกการวิจัยนี้เน้นศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจนำเข้าส่งออก ซึ่งอาจไม่ได้สะท้อนถึงการตัดสินใจจริงในการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากการวัดความตั้งใจอาจจะยังไม่สะท้อนการตัดสินใจจริงในการเป็นผู้ประกอบการหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง และประการที่สองการศึกษานี้เป็นการวิจัยภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ตามเวลาที่เปลี่ยนไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าโอกาส ความสามารถและแรงจูงใจ (MAO) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก ซึ่งสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะที่สำคัญได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การพัฒนานโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาด้าน โอกาส ความสามารถ และแรงจูงใจ โดยเฉพาะการพัฒนาระบบข้อมูลโดยที่โอกาสทางธุรกิจที่เข้าถึงได้ง่ายและทันสมัย เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้โอกาสทางธุรกิจมีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่รวบรวมข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ แนวโน้มตลาด และโอกาสทางธุรกิจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและนำไปใช้ได้จริง นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาระบบสนับสนุนทางการเงินที่ออกแบบเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเน้นการลดความเสี่ยงในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ เช่น การสนับสนุนเงินทุนแบบให้เปล่าสำหรับการศึกษาตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาระบบค้ำประกันสินเชื่อที่เหมาะสมกับธุรกิจนำเข้าส่งออกขนาดเล็ก

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ในด้านการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก สถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมควรปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและสามารถช่วยเหลือและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยการเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น การวิเคราะห์ตลาดระหว่างประเทศ การจัดการโซ่อุปทานระหว่างประเทศ การบริหารความเสี่ยงในการค้าระหว่างประเทศ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ และควรมีการใช้กรณีศึกษาที่ทันสมัยและการฝึกปฏิบัติจริงผ่านโครงการความร่วมมือกับภาคธุรกิจ และในส่วนของการสร้างแรงจูงใจควรดำเนินการผ่านการพัฒนาระบบพี่เลี้ยงธุรกิจ (Business Mentorship) (Gibson, 2004) ที่มีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาเป็นพี่เลี้ยงและออกแบบกระบวนการให้คำปรึกษาที่เป็นระบบ มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง และมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจผ่านการนำเสนอความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเข้าส่งออก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในด้านการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่สามารถนำการวิจัยครั้งนี้เพื่อดำเนินการต่อยอดความรู้ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก โดยที่สามารถ

ทำการศึกษาเกี่ยวกับ 1) การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน เช่น ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน หรือภูมิภาคที่อยู่อาศัย เพื่อพัฒนาโครงการสนับสนุนที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม 2) การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจและปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจากความตั้งใจไปสู่การเริ่มต้นธุรกิจจริง รวมทั้งอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในแต่ละขั้นตอน และ 3) การศึกษาติดตามระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามพัฒนาการของผู้ประกอบการตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการจนถึงการเป็นผู้ประกอบการจริง รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในแต่ละช่วงเวลาของการดำเนินธุรกิจนำเข้าส่งออก

เอกสารอ้างอิง

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 489–499.

Alvarez, S., & Barney, J. B. (2020). Has the concept of opportunities been fruitful in the field of entrepreneurship? *Academy of Management Perspectives, 34*(3), 300–310.

Antràs, P., & De Gortari, A. (2020). On the geography of global value chains. *Econometrica, 88*(4), 1553–1598.

Arnett, J. J. (2023). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.

Bayton, J. A. (1958). Motivation, cognition, learning—Basic factors in consumer behavior. *Journal of Marketing, 22*(3), 282–289.

Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2018). Global firms. *Journal of Economic Literature, 56*(2), 565–619.

Bigné, E., Ruiz, C., Andreu, L., & Hernandez, B. (2015). The role of social motivations, ability, and opportunity in online know-how exchanges: Evidence from the airline services industry. *Service Business, 9*(2), 209–232.

Chavoushi, Z. H., Zali, M. R., Valliere, D., Faghih, N., Hejazi, R., & Dehkordi, A. M. (2021). Entrepreneurial alertness: A systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 33*(2), 123–152.

Chen, J., Sousa, C. M., & He, X. (2019). Export market re-entry: Time-out period and price/quality dynamisms. *Journal of World Business, 54*(2), 154–168.

Churchill, N., & Bygrave, W. D. (1989). The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice, 14*(1), 7–26.

Clark, B. H., Abela, A. V., & Ambler, T. (2005). Organizational motivation, opportunity and ability to measure marketing performance. *Journal of Strategic Marketing, 13*(4), 241–259.

Davidsson, P., & Gruenhagen, J. H. (2021). Fulfilling the process promise: A review and agenda for new venture creation process research. *Entrepreneurship Theory and Practice, 45*(5), 1083–1118.

Dhaliwal, A. (2016). Role of entrepreneurship in economic development. *International Journal of Scientific Research and Management, 4*(6), 4262–4269.

Duan, C., Kotey, B., & Sandhu, K. (2023). A systematic literature review of determinants of immigrant entrepreneurship motivations. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 35*(4), 599–631.

Expósito, A., Sanchis-Llopis, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2022). Manager gender, entrepreneurial orientation and SMEs export and import propensities: Evidence for Spanish businesses. *Eurasian Business Review, 12*(2), 315–347.

Ganotakis, P., & Love, J. H. (2012). Export propensity, export intensity and firm performance: The role of the entrepreneurial founding team. *Journal of International Business Studies, 43*(8), 693–718.

Gibson, S. K. (2004). Mentoring in business and industry: The need for a phenomenological perspective. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning, 12*(2), 259–275.

Govindaraju, R., Hadining, A. F., & Chandra, D. R. (2013). *Physicians' adoption of electronic medical records: Model development using ability–motivation-opportunity framework*. Paper presented at the Information and Communication Technology-EurAsia Conference.

Grable, J. E., & Roszkowski, M. J. (2007). Self-assessments of risk tolerance by women and men. *Psychological Reports, 100*(3), 795–802.

Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., . . . Sarstedt, M. (2021). An introduction to structural equation modeling. *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*, 1–29.

Holcombe, R. G. (2003). The origins of entrepreneurial opportunities. *The Review of Austrian Economics, 16*(1), 25–43.

Hopp, C., & Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development, 24*(9-10), 917–945.

Hsu, D. K., Wiklund, J., & Cotton, R. D. (2017). Success, failure, and entrepreneurial reentry: An experimental assessment of the veracity of self–efficacy and prospect theory. *Entrepreneurship Theory and Practice, 41*(1), 19–47.

Hughes, J. (2007). *The ability-motivation-opportunity framework for behavior research in IS*. Paper presented at the 2007 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07).

Johnson, W., Li, L., Kuh, D., & Hardy, R. (2015). How has the age-related process of overweight or obesity development changed over time? Co-ordinated analyses of individual participant data from five United Kingdom birth cohorts. *PLoS Medicine, 12*(5), e1001828.

Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 229*, 12–21.

Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature, 35*(1), 60–85.

Kirzner, I. M. (2009). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics, 32*(2), 145–152.

Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business, 51*(1), 93–102.

Krapež Trošt, J., Škerlavaj, M., & Anzengruber, J. (2016). The ability–motivation–opportunity framework for team innovation: Efficacy beliefs, proactive personalities, supportive supervision and team innovation. *Economic and Business Review, 18*(1), 4.

Lai, H.-M., Hsiao, Y.-L., & Hsieh, P.-J. (2018). The role of motivation, ability, and opportunity in university teachers' continuance use intention for flipped teaching. *Computers & Education, 124*, 37–50.

Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American Psychologist, 41*(1), 3.

Li, D., Wei, L.-Q., Cao, Q., & Chen, D. (2021). Informal institutions, entrepreneurs' political participation, and venture internationalization. *Journal of International Business Studies*, 1–29.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal, 7*(2), 195–218.

Liñán, F., & Rodríguez‐Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*.

MacInnis, D. J., Moorman, C., & Jaworski, B. J. (1991). Enhancing and measuring consumers' motivation, opportunity, and ability to process brand information from ads. *Journal of Marketing, 55*(4), 32–53.

McClelland, D. C. (1985). How motives, skills, and values determine what people do. *American Psychologist, 40*(7), 812.

McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cup Archive.

McMullen, J. S., Plummer, L. A., & Acs, Z. J. (2007). What is an entrepreneurial opportunity? *Small Business Economics, 28*(4), 273–283.

Melitz, M. J., & Redding, S. J. (2021). *Trade and innovation*. National Bureau of Economic Research.

Nabi, G., & Liñán, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: Intentions, education and development. *Education+ Training, 53*(5), 325–334.

NESDC. (2018). *Master plan under the national strategy (8) new era entrepreneurs and small and medium enterprises (2018 - 2037)* [แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (๘) ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ (พ.ศ. 2561 - 2580)]. http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2021/01/09_NS_08.pdf

Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior, 110*, 403–419.

Ng, P. M., Chan, J. K., Wut, T. M., Lo, M. F., & Szeto, I. (2021). What makes better career opportunities for young graduates? Examining acquired employability skills in higher education institutions. *Education+ Training, 63*(6), 852–871.

OSMEP. (2022). *Export and import structure for SME* [โครงสร้างการส่งออกและนำเข้าของ SME]. https://www.sme.go.th/upload/mod_download/chapter5-20171024132821.pdf

Pak, K., Kooij, D. T., De Lange, A. H., & Van Veldhoven, M. J. (2019). Human resource management and the ability, motivation and opportunity to continue working: A review of quantitative studies. *Human Resource Management Review, 29*(3), 336–352.

Parks, C., & Mittal, B. (1985). A theory of involvement in consumer behavior. *Research in Consumer Behavior, 1*, 201–231.

Parliament. (2016). *Creating an entrepreneurial society* [การสร้างสังคมผู้ประกอบการ]. https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/drive_econ/download/article/article_20170803094926.pdf

Paul, J., Parthasarathy, S., & Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business, 52*(3), 327–342.

Randel, A. E., Galvin, B. M., Gibson, C. B., & Batts, S. I. (2021). Increasing career advancement opportunities through sponsorship: An identity-based model with illustrative application to cross-race mentorship of African Americans. *Group & Organization Management, 46*(1), 105–142.

Raza, S. A., Qazi, W., & Shah, N. (2018). Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students. *International Journal of Knowledge and Learning, 12*(3), 221–241.

Ricketts, M., & Kirzner, I. M. (1992). Kirzner's theory of entrepreneurship-a critique. In *Austrian economics: Tensions and new directions* (pp. 67–102). Springer.

Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 15*(4), 13–32.

Roszkowski, M. J., Davey, G., & Grable, J. E. (2005). Insights from psychology and psychometrics on measuring risk tolerance. *Journal of Financial Planning, 18*(4), 66.

Roszkowski, M. J., & Grable, J. E. (2005). Estimating risk tolerance: The degree of accuracy and the paramorphic representations of the estimate. *Journal of Financial Counseling and Planning, 16*(2).

Schumacker, E., & Lomax, G. (2016). A beginner's guide to structural equation modelling. In *A beginner's guide to structural equation modeling* (4th ed.). Routledge.

Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science, 11*(4), 448–469.

Shane, S., & Eckhardt, J. (2003). The individual-opportunity nexus. In *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 161–191). Springer.

Sharma, L. (2018). A systematic review of the concept of entrepreneurial alertness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 11*(2), 217–233.

Siemsen, E., Roth, A. V., & Balasubramanian, S. (2008). How motivation, opportunity, and ability drive knowledge sharing: The constraining-factor model. *Journal of Operations Management, 26*(3), 426–445.

Sivarajah, K., & Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature. *European Journal of Business and Management, 5*(5), 172–186.

Strader, T. J., & Hendrickson, A. R. (1999). Consumer opportunity, ability and motivation as a framework for electronic market research. *Electronic Markets, 9*(1-2), 5–8.

Suddaby, R., Bruton, G. D., & Si, S. X. (2015). Entrepreneurship through a qualitative lens: Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity. *Journal of Business Venturing, 30*(1), 1–10.

Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing, 27*(1), 77–94.

Wood, M. S., & McKelvie, A. (2015). Opportunity evaluation as future focused cognition: Identifying conceptual themes and empirical trends. *International Journal of Management Reviews, 17*(2), 256–277.

Yeung, W.-J. J., & Yang, Y. (2020). Labor market uncertainties for youth and young adults: An international perspective. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 688*(1), 7–19.

Yong, C.-C., Yew, S.-Y., & Wee, C.-K. (2018). Financial knowledge, attitude and behaviour of young working adults in Malaysia. *Institutions and Economies, 10*(4).