

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ โรงแรมในประเทศไทย

Influence of Psychological Factors on Business Start-ups of Hotel Entrepreneurs in Thailand

ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ*

วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์**

จารุวรรณ แดงบุปผา***

ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับขนาดของธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งได้ดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรมไม่เกิน 1 ปี จำนวน 365 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยและการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน

*นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร (2559)

**Ph.D. (Commerce: Entrepreneurship Studies) School of Business and Economics Australian National University (2010), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

***Ph.D. (Tourism Management) School of Service Management Bournemouth University (2009), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

****Ph.D. (Economics) Economics State University of New York at Binghamton (1996), ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ โรงแรมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เป็นเจ้าของโรงแรมขนาดเล็ก มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานก่อนที่จะมาเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม

ผลการจัดกลุ่มปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ โรงแรมในประเทศไทยพบว่า สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย (1) แรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจ (2) การไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น (3) การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (4) แรงบันดาลใจที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น (5) การยอมรับต่อความล้มเหลว (6) ความอดทนต่อความไม่แน่นอน และ (7) ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับขนาดของธุรกิจ โรงแรมที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ พบว่า การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี มีความสัมพันธ์กับขนาดโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านจิตวิทยา, การเริ่มต้นธุรกิจ, ผู้ประกอบการ

Abstract

This research is a quantitative research aimed to categorize the psychological factors relevant to business start-ups of hotel entrepreneurs in Thailand; and to examine the relationship between these psychological factors and the size of hotel start-ups. The data was collected from 365 small and medium-sized hotel entrepreneurs throughout Thailand, who have registered their hotel business start-ups within 1 year, with the use of questionnaires. The data was analyzed using descriptive statistics to find Percentages and Means, and using inferential statistics including Factor Analysis and comparisons of averages of different groups of independent-samples using T-tests.

It was found that the hotel entrepreneur respondents are almost equally female and male, aged mostly between 41-50 years, most of which own small-sized hotels. They mostly graduated with bachelor degree and had some career experience before their hotel business start-ups.

Attitudinal data were categorized into newly grouped 7 psychological factors: (1) Aspiration from Business Challenge; (2) Independence; (3) Optimism towards

Uncertainty and Risk; (4) Aspiration to Have Better Standard of Life; (5) Acceptance of Failure; (6) Tolerance of Uncertainty; and (7) Belief in Self Innovativeness.

The results of the test of relationship between psychological factors and the size of hotel they started up using Independent Samples T-test reveal that the Optimism towards Uncertainty and Risk shows significant relationship with the size of the started-up hotels at the 0.01 level. Other factors do not show significant relationship.

Keywords: Psychological Factor, Business Start-up, Entrepreneur

บทนำ

การศึกษาด้านผู้ประกอบการได้รับความสนใจอย่างยิ่งในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาจากนักวิชาการต่างๆ ในหลากหลายสาขา (Ball, 2005, pp.1-14) เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อความเจริญทางเศรษฐกิจ และเกิดการจ้างงานจำนวนมาก (Ball, 2005, pp.1-14; Wong, Ho, and Autio, 2005, pp.335-350; พนิดา สัตโยภาส และคณะ, 2557, หน้า1-23) บทบาทของผู้ประกอบการได้ครอบคลุมไปทั่วทุกอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมโรงแรมซึ่งถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญสำหรับเศรษฐกิจของประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นใหม่ จำนวน 846 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2558) สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศถึงร้อยละ 14.0 ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) และก่อให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 6.9 สูงเป็นอันดับ 3 ของภาคนอกการเกษตร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

ถึงแม้ว่าการศึกษาด้านผู้ประกอบการจะได้รับความสนใจจากนักวิชาการในหลากหลายสาขา แต่ก็ยังมีข้อถกเถียงกันถึงประเด็นปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการในมุมมองเชิงจิตวิทยา โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Cassar, 2014, pp.137-151; Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido, and Ruiz-Navarro, 2012, pp.579-587; Tyszka, Cie'slik, Domurat, and Macko, 2011, pp.124-131) ในช่วงการเริ่มต้นธุรกิจนั้น การสร้างสรรค์ความแปลกใหม่เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ (Lee, Hallak, and Sardeshmukh, 2016, pp.215-228) เนื่องจากผู้ประกอบการจะมองเห็นโอกาสและแสวงหาประโยชน์จาก

การสร้างสรรคความแปลกใหม่นั้น ในขณะที่คนอื่นยังมองไม่เห็น (Åstebro and Thompson, 2011, pp.637-649; Gupta and York, 2008, pp.348-366) หรือกล่าวได้ว่า การสร้างสรรคความแปลกใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ (Gurol and Atsan, 2006, pp.25-38; Gurel, Altinay, and Daniele, 2010, pp.646-669) และยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญอีก ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทน ต่อภาวะคลุมเครือ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ทักษะคิดเชิงบวกที่ต่อความล้มเหลว และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการเหล่านี้ตั้งอยู่บนทฤษฎีทางจิตวิทยา (Altinay, Madanoglu, Daniele, and Lashley, 2012, pp.489-499; Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185) เนื่องจากทฤษฎีทางจิตวิทยาสามารถอธิบายถึงสาเหตุที่ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองต่อโอกาสทางธุรกิจได้ในขณะที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถตอบสนองต่อโอกาสนั้นได้ (Shane, 2003, pp.97) แต่ถึงกระนั้นก็ตามยังมีผลการศึกษานักวิชาการอื่นๆ ที่ได้ข้อค้นพบไม่สอดคล้องกัน โดยพบว่า มีบางปัจจัยที่ไม่ได้ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จที่ศึกษาโดย Koh (1996) และ Altinay, et al. (2012) ความกล้าเสี่ยงที่ศึกษาโดย Brockhaus (1980) Josien (2012) และ Tyszka, et al. (2011) ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือที่ศึกษาโดย Gurol and Atsan (2006) และ Gurel, et al.(2010) และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนที่ศึกษาโดย Koh (1996) Gurel, et al.(2010) และ Altinay, et al. (2012) จึงยังเป็นข้อถกเถียงที่ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ

ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาเชิงประจักษ์ด้านผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งศึกษาในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ เยอรมัน ออสเตรีย และสิงคโปร์ (Quan, 2012, pp.945-957) ซึ่งไม่สามารถนำไปอ้างอิงสรุปได้กับกลุ่มผู้ประกอบการในบริบทของประเทศอื่นได้ (Chen, Su, and Wu, 2012, pp.1311-1318; Ulvenblad, Berggren, and Winborg, 2013, pp.187-209) เนื่องจากความแตกต่างกันทางด้านสังคม และวัฒนธรรม (Altinay, et al., 2012, pp.489-499) และการเริ่มต้นธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมหนึ่งไม่สามารถนำไปอ้างอิงสรุปได้กับบริบทของอุตสาหกรรมอื่นได้ เนื่องจากแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน (Abou-Moghli and Al-Kasasbeh, 2012, pp.134-140; Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185; Szivas, 2001, pp.163-172) ประกอบกับพื้นที่การศึกษาเชิงประจักษ์ด้านผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นพื้นที่เกิดขึ้นใหม่ (Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen, and Mohd, 2011, pp.827-835; Ramos-Rodríguez, et al., 2012, pp.579-587) ซึ่งยังมีจำนวนการศึกษาไม่มากนัก (Li, 2008, pp.1013-1022)

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรม ในประเทศไทย โดยจะศึกษาปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ แรงบันดาลใจ ในการประกอบธุรกิจ ทักษคติเชิงบวกที่ต่อความล้มเหลว ทักษคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน ซึ่งจะดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย ที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรมไม่เกิน 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2558 เพื่อสร้างความเข้าใจให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย และสามารถนำเอาผลลัพธ์ของการวิจัย มาใช้เป็นแนวทางพัฒนาส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โรงแรมซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้มั่นคงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับขนาดของธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ

ประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับ

1. ข้อค้นพบที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหรือยกระดับความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลในการพัฒนาการเรียนการสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ การบริหารธุรกิจ การจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว ในระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนและนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการโรงแรมรายใหม่ต่อไป
3. ผลการวิจัยในครั้งนี้เอื้อประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนากิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. **ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และการเริ่มต้นธุรกิจ (Business Start-up)** มีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ และการเริ่มต้นธุรกิจ โดยนักวิชาการต่างๆ ได้ให้คำนิยามของคำว่าผู้ประกอบการ ซึ่งหมายความว่ารวมถึงการเริ่มต้นธุรกิจด้วย (Abou-Moghli and Al-Kasasbeh, 2012, pp.134-140) โดยผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่รับรู้โอกาสทางธุรกิจและฉกฉวยโอกาสนั้น ด้วยการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ (Mueller and Thomas, 2001, pp.51-75) การเริ่มต้นธุรกิจจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการรับรู้ว่ามีโอกาสนั้น เป็นไปได้เพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (Davidsson and Honig, 2003, pp.301-331) ถ้าผู้ประกอบการได้ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องแบกรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้น (Chen, et al., 2012, pp.1311-1318) เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถล่วงรู้ถึงอนาคตได้ว่าการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจ และการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จหรือไม่ (Caliendo, Fossen, and Kritikos, 2009, pp.153-167)

ประเด็นสำคัญในการศึกษาการเริ่มต้นธุรกิจ คือ ต้องมีการกำหนดอย่างชัดเจนถึงเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาในการเริ่มต้นธุรกิจ (Witt, 2004) นักวิชาการโดยส่วนใหญ่มักพิจารณาจากการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโดยต้องอยู่ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี (Caliendo, et al., 2009, pp.153-167; Politis, 2008, pp.472-489) เนื่องจากหากใช้ช่วงระยะเวลาที่ยาวนานเกินไปการมุ่งให้ความสำคัญจะเปลี่ยนจากระยะการเริ่มต้นธุรกิจ (Business Start-up) ไปเป็นระยะที่ทำให้ธุรกิจคงอยู่ (Established) ซึ่งจะไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการเริ่มต้นธุรกิจที่ตั้งไว้ (Politis, 2008, pp.472-489; Witt, 2004, pp.391-412) และผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องครบถ้วน เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่ผ่านมานานแล้วจึงไม่สามารถจดจำช่วงระยะเวลาในการเริ่มต้นธุรกิจได้ (Davidsson and Honig, 2003, pp.301-331) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบกับผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรมไม่เกิน 1 ปี ซึ่งจะxonับย้อนหลังจากวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557

2. **ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)** เป็นการศึกษาจิตวิญญาณซึ่งเป็นสาเหตุที่สำคัญของการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2553, หน้า 1) มีนักวิชาการด้านการเป็นผู้ประกอบการได้นำทฤษฎีทางจิตวิทยามาประยุกต์ใช้ในการศึกษา โดยปัจจัยจิตวิทยาหมายถึง อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ และนักวิชาการได้มุ่งให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ถึงลักษณะเฉพาะของ

ผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการและบุคคลที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการได้ (Åstebro and Thompson, 2011, pp.637-649; Gu'rol and Atsan, 2006, pp.25-38) นอกจากนี้ทฤษฎีทางจิตวิทยายังใช้อธิบายถึงสาเหตุที่ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองต่อโอกาสทางธุรกิจได้ ในขณะที่บุคคลอื่นที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองต่อโอกาสนั้นได้ (Shane, 2003, pp.97) โดย David McClelland เป็นบุคคลแรกที่ศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ในมุมมองเชิงจิตวิทยา (Mueller and Thomas, 2001, pp.51-75; Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185) ภายหลังจากนั้น การศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการในมุมมองเชิงจิตวิทยาก็ได้รับความสนใจจากนักวิชาการต่างๆ เป็นอย่างมาก (Altinay, et al., 2012, pp.489.499; Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185) ซึ่งคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจจากนักวิชาการต่างๆ ประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

2.1 ระดับของความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement)

เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะบรรลุถึงความสำเร็จในการเริ่มต้นธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะ ถึงแม้ว่าจะเผชิญกับความยากลำบากก็ตาม โดย Henry A. Murray (1938) เป็นบุคคลแรกที่นำคำนี้มาใช้ และพบว่า ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จเป็นความต้องการพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ ต่อจากนั้น McClelland (1973) เป็นบุคคลแรกที่ได้นำระดับความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไปเชื่อมโยงกับการเป็นผู้ประกอบการ โดยพบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่จะประสบความสำเร็จกับกิจกรรมการประกอบธุรกิจและมีนักวิชาการต่างๆ ที่ได้สนับสนุนข้อค้นพบของ McClelland โดยพบว่า ความต้องการประสบความสำเร็จส่งผลต่อแนวโน้มในการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ (Chen, et al., 2012, pp.1311-1318; Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Okhomina, 2010, pp.1-16; Tang and Tang, 2007, pp.450-472) นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการจะมีระดับความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงกว่าบุคคลทั่วไปอีกด้วย (Green, David, Dent, and Tyshkovsky, 1996, pp.49-58; Tyszka, et al., 2011, pp.124-131)

ในขณะที่ Koh (1996) และ Altinay, et al. (2012) กลับพบว่า ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไม่ได้ส่งผลต่อแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไม่ได้เป็นคุณลักษณะที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ

ดังนั้นจึงยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงระดับของความต้องการที่จะประสบความสำเร็จเกี่ยวข้องกับเริ่มต้นธุรกิจหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากมีทั้งข้อสนับสนุน และการปฏิเสธ

ถึงความเกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้ ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย

2.2 ระดับของความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) เป็นความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ โดย Nicholson, et al. (2005) และ Gurel, et al. (2010) พบว่าความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถล่วงรู้ถึงอนาคตได้ว่าการตัดสินใจในการลงทุน และการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จะประสบความสำเร็จหรือไม่ (Caliendo, et al., 2009, pp.153-167) และยิ่งผู้ประกอบการกล้าเสี่ยงมากขึ้น ยิ่งมีแนวโน้มที่จะกล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม (Acedo and Jones, 2007, pp.236-252; Keh, Foo, and Lim, 2002, pp.125-148; Teoh and Fo, 1997, pp.67-81) โดยผู้ประกอบการจะมีระดับความกล้าเสี่ยงสูงกว่าบุคคลทั่วไป (Caliendo, et al., 2009, pp.153-167)

ในทางกลับกันมีนักวิชาการบางรายกลับพบว่า ความกล้าเสี่ยงไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ (Josien, 2012, pp.21-34) โดย Brockhaus (1980) และ Tyszk, et al. (2011) พบว่า ระดับความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปไม่แตกต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่ามีทั้งข้อสนับสนุน และการปฏิเสธว่าระดับของความกล้าเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจ จึงยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบถึงระดับของความกล้าเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจหรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย

2.3 ระดับของความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ (Tolerance of Ambiguity) คือ การที่บุคคลรับรู้ว่าการตัดสินใจที่คลุมเครือไม่ชัดเจนในการเริ่มต้นธุรกิจนั้น เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ มีความท้าทาย น่าสนใจ และลงมือปฏิบัติได้ โดย Okhomina (2010) และ Acedo and Jones (2007) พบว่า ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากความอดทนต่อภาวะคลุมเครือจะช่วยให้ผู้ประกอบการรับมือกับสถานการณ์ที่คาดกันไม่ได้ และผู้ประกอบการจะมีระดับความอดทนต่อภาวะคลุมเครือสูงกว่าบุคคลทั่วไป (Mazzarol, Volery, Doss, and Thein, 1999, pp.48-63; Teoh and Fo, 1997, pp.67-81)

ในขณะที่นักวิชาการบางรายกลับพบว่าความอดทนต่อภาวะคลุมเครือไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Altinay, et al., 2012) และระดับความอดทนต่อภาวะคลุมเครือของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการและบุคคลที่ไม่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน (Gurol and Atsan, 2006; Gurel, et al., 2010)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนถึงระดับความอดทนต่อภาวะกลุ้มใจหรือเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจหรือไม่อย่างไร เนื่องจากมีทั้งข้อสนับสนุนและการปฏิเสธถึงความเกี่ยวข้องดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย

2.4 ประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (Aspiration of Business)

แรงบันดาลใจหรือแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจเป็นเหตุผลว่าเหตุใดบุคคลจึงเริ่มต้นประกอบธุรกิจ (Walker and Webster, 2007, pp.122-135) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่างๆ พบว่าความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อแนวโน้มการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ (Ateljevic and Doorne, 2000, pp.378-392; Gupta and York, 2008, pp.348-366; Tyszka, et al., 2011, pp.124-131)

แต่ถึงกระนั้นก็ตามมีนักวิชาการบางรายกลับพบว่าแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ คือ การสร้างความท้าทายทางธุรกิจ (Basu, 2004, pp.12-33; Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Szivas, 2001, pp.163-172) และยังมีแรงจูงใจอื่นที่ผสมผสานกันและส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ นั่นคือ ความปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น (Basu, 2004, pp.12-33; Getz and Carlsen, 2000, pp.547-560; Szivas, 2001, pp.163-172)

ดังนั้นจึงยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนถึงประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจเนื่องจากได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย

2.5 ทักษคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว (Positive Attitude toward Failure)

เป็นความคิดเห็นในเชิงบวกต่อความล้มเหลว (Stokes and Blackburn, 2002, pp.17-27) กล่าวคือ เป็นความรู้สึก และความคิดเห็นที่ยอมรับได้ว่าความล้มเหลวทางธุรกิจเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ โดยมีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่างๆ ให้การสนับสนุนว่าทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวมีอิทธิพลต่อการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Ramos-Rodríguez, et al., 2012, pp.579-587) เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าความล้มเหลวเป็นเรื่องธรรมชาติ และความล้มเหลวยังเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดี และยังผู้ประกอบการเคยมีประสบการณ์ในการเริ่มต้นธุรกิจมาแล้ว ยังมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวมากขึ้น (Politis, 2008, pp.472-489)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า ทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจ ดังนั้น เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัย

ต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาค้นคว้าในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

2.6 ทักษะที่ดีต่อความแปลกใหม่ (Innovativeness) เป็นความคิดเห็นหรือมุมมองที่ดีต่อการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ หรือพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมา โดยมีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่างๆ พบว่าการสร้างสรรค์ความแปลกใหม่มีอิทธิพลต่อการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Türker and Inel, 2012, pp.879-888) เนื่องจากผู้ประกอบการจะมองเห็นโอกาสจากความแปลกใหม่ ในขณะที่บุคคลอื่นยังไม่เห็น (Ardichvili, Cardozo, and Ray, 2003, pp.105-123) และผู้ประกอบการจะมีระดับทัศนคติที่มีต่อความแปลกใหม่สูงกว่าบุคคลทั่วไป (Gurol and Atsan, 2006, pp.25-38)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า ทักษะที่ดีต่อความแปลกใหม่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจ ดังนั้น เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาค้นคว้าในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

2.7 ระดับความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (Internal Locus of Control) เป็นความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมของตนมีสาเหตุมาจากตนเอง และตนเองสามารถที่จะควบคุมสิ่งที่เกิดขึ้นในธุรกิจได้ มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่างๆ ให้การสนับสนุนว่าความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนส่งผลต่อแนวโน้มในการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ (Hansemark, 2003, pp.301-317; Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185) เนื่องจากผู้ประกอบการเชื่อว่าการทำงานมักจะขึ้นอยู่กับตนเอง (Sidek and Zainol, 2011, pp.170-185) และยิ่งผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระมากขึ้นเท่าใด ย่อมส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจมากขึ้นเท่านั้น (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Littunen, 2000, pp.295-309; Türker and Inel, 2012, pp.879-888) นอกจากนั้นแล้วผู้ประกอบการจะมีระดับของความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนสูงกว่าบุคคลทั่วไป (Gurol and Atsan, 2006, pp.25-38)

แต่อย่างไรก็ตาม Gurel, et al. (2010) และ Altinay, et al. (2012) กลับไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนและแนวโน้มในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Koh (1996) ที่พบว่า บุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการมีระดับความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่แตกต่างกับบุคคลที่ไม่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ

ดังนั้นจึงยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงระดับความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากมีทั้งข้อสนับสนุน และการปฏิเสธ

ถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้ ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย

3. ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย คำว่าโรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตรา 4 หมายถึง สถานที่ที่พักรั้วที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับบุคคลอื่นๆ โดยมีค่าตอบแทน สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทยนั้น ผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นธุรกิจโรงแรมได้เมื่อได้รับอนุญาต ประกอบธุรกิจโรงแรม ซึ่งต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

นักวิชาการต่างๆ พยายามจัดประเภทของโรงแรมโดยใช้เกณฑ์การพิจารณา จากจำนวนห้องพักไว้แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามประเทศที่ทำการศึกษสำหรับประเทศไทย แล้ว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จำแนกโรงแรมตามจำนวนห้องพักออกเป็น 3 ขนาด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558) ได้แก่ (1) โรงแรมขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักทั้งหมดไม่เกิน 59 ห้อง (2) โรงแรมขนาดกลาง มีจำนวนห้องพักทั้งหมดระหว่าง 60 ถึง 149 ห้อง และ (3) โรงแรมขนาดใหญ่ มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 150 ห้องขึ้นไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัย คือ (1) ด้านเนื้อหา ทำการศึกษาลักษณะทางจิตวิทยา 7 ปัจจัย ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ทักษะคิดเชิงบวกต่อความล้มเหลว ทักษะที่ดีต่อความแปลกใหม่ และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (2) ด้านประชากร คือ ผู้ประกอบการโรงแรมที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรม ภายใน 1 ปี คือ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2558 จำนวน 759 ราย (3) ด้านพื้นที่ คือ ในประเทศไทย (4) ด้านระยะเวลา 14 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ และส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งข้อคำถามทั้ง 7 ปัจจัยด้านจิตวิทยาได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากนักวิชาการต่างๆ และผู้วิจัยได้นำมาใช้ดังนี้ (1) ระดับของความต้องการ

ที่จะประสบความสำเร็จของ Littunen (2000) (2) ระดับของความกล้าเสี่ยงของ Sidek and Zainol (2011) (3) ระดับของความอดทนต่อภาวะคลุมเครือของ Acedo and Jones (2007) (4) ระดับของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจของ Getz and Carlsen (2000) (5) ทศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวของ Politis (2008) (6) ทศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ของ Mueller and Thomas (2001) และ (7) ระดับของความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนของ Mueller and Thomas (2001)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ราย ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) สูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่า ข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามออกไปทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) โดยมีผลการวิเคราะห์เท่ากับ 0.891 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978 อ้างใน George and Mallery, 2003)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด กล่าวคือ ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรม ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2558 จำนวน 759 ราย และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามออกไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมดังกล่าวจำนวน 30 ราย ดังนั้นจึงคงเหลือผู้ประกอบการโรงแรมในการแจกแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จำนวน 729 ราย และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 365 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.07 ของประชากรทั้งหมดที่ได้แจกแบบสอบถามไป สาเหตุที่การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการโรงแรมทั้งหมดเนื่องมาจากส่วนใหญ่อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจากผู้ประกอบการมักจะได้นี้นกลับมาประมาณร้อยละ 15 (Keh, et al., 2002, pp.125-148; Stokes and Blackburn, 2002, pp.17-27; Walker and Webster, 2007, pp.122-135) ประกอบการกับยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมาก ยิ่งทำให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงมากขึ้น และการคำนวณทางสถิติก็จะมี ความถูกต้องมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อย (มารยาท โยทองยศและ ประณิ สวัสดิ์ศิริพร, 2557, หน้า1) โดยการวิจัยครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากมีการคัดสรรแล้วว่าต้องเป็นผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยที่จดทะเบียน

จัดตั้งธุรกิจโรงแรมไม่เกิน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2558 เท่านั้น ดังแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ภาค	(1) จำนวน ผู้ประกอบการ โรงแรมทั้งหมด	(2) จำนวนที่นำ แบบสอบถาม ไปทดสอบ (Try-out)	(1) - (2) จำนวน ผู้ประกอบการ ในการแจก แบบสอบถาม	ผู้ประกอบการที่ให้ ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถาม	
				จำนวน	%
ภาคเหนือ	105	6	99	68	68.69
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65	6	59	32	54.24
ภาคกลางและกรุงเทพฯ	219	6	213	98	46.01
ภาคตะวันตกและภาคตะวันออก	140	6	134	66	49.25
ภาคใต้	230	6	224	101	45.09
รวม	759	30	729	365	

ที่มา: คอลัมน์ (1) กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ (ปีพ.ศ. 2557 – 2558)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (T-test for Independent Samples)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โรงแรมในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการ โรงแรมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย มีสัดส่วน 51:49 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 43.29 เป็นเจ้าของโรงแรมขนาดเล็ก (จำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง) ร้อยละ 71.23 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.93 และผู้ประกอบการทั้งหมดเคยผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาทั้ง 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) ระดับของความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (2) ระดับของความกล้าเสี่ยง (3) ระดับของความอดทนต่อภาวะกลุ่มเครือ (4) ระดับของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (5)ทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว

(6) ทศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ (7) ระดับของความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน
มาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อคำถามที่อยู่ภายในปัจจัยเดียวกันมีความสอดคล้องกัน และข้อคำถามควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคมาทดสอบทีละปัจจัยจนครบ 7 ปัจจัย โดยพบว่า ไม่มีปัจจัยใดเลยที่มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือ 0.7 เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาแล้วจากนักวิชาการต่างๆ (Nunnally, 1978 อ้างใน George and Mallery, 2003, pp.109) ถึงแม้ว่าจะตัดข้อคำถามที่จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นไปแล้วก็ตาม ดังนั้นจึงควรทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ต่อไป

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ด้วยวิธีทางสถิติในการรวมกลุ่มข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน โดยเลือกใช้การสกัดปัจจัยแบบวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Method) เป็นการสกัดปัจจัยโดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ที่ทำให้เมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้มีค่าใกล้เคียงกับเมตริกซ์ที่ได้จากข้อมูล (กัลยา วนิชย์บัญชา, 2554, หน้า 15) และเลือกการหมุนแกนปัจจัยแบบวิธี Direct Oblimin เป็นการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) โดยวิธี Direct Oblimin จะอนุญาตให้ปัจจัยสามารถสัมพันธ์กันได้ (กัลยา วนิชย์บัญชา, 2554, หน้า 16) จึงเหมาะกับการวิจัยในสังคมศาสตร์ (George and Mallery, 2003) ดังเช่นการวิจัยในครั้งนี้ ต่อจากนั้นนำปัจจัยที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคมาทดสอบทีละปัจจัย โดยพิจารณาว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือ 0.6 ขึ้นไป เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่ด้วยการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ (George and Mallery, 2003, pp.125-132) ถ้ายังไม่ผ่านเกณฑ์ให้พิจารณาตัดข้อคำถามที่จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นมากที่สุดก่อนโดยทยอยตัดทีละข้อคำถาม แล้วนำข้อคำถามที่เหลือย้อนกลับไปที่สกัดปัจจัย หมุนแกนปัจจัยและหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคใหม่จนกว่าจะได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.6 ในทุกปัจจัย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ค่าน้ำหนักปัจจัย Factor Loading	ค่าแอลฟา كرونบาค
1. ระดับแรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจ (Aspiration of Challenge of Business)		0.609
1.1 ปรารถนาที่จะสร้างความท้าทายให้ตนเอง	0.985	
1.2 มองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ	0.551	
1.3 ปรารถนาที่จะได้รับเกียรติยกย่องจากการดำเนินธุรกิจ	0.458	
2. ระดับการไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น (Independence upon Others)		0.652
2.1 ชีวิตของตนโดยส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องถูกควบคุมมาจากอำนาจของผู้อื่น	0.963	
2.2 การได้รับในสิ่งที่ต้องการไม่จำเป็นต้องมาจากการที่ตนเอาอกเอาใจบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าตน	0.673	
2.3 ถิ่นรู้สึว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องถูกกำหนดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า	0.492	
3. ระดับการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (Optimistic Attitude towards Uncertainty and Risk)		0.728
3.1 ถิ่นสนุกกับความท้าทายในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน	0.727	
3.2 ถิ่นชอบที่จะดำเนินตามแผน ถึงแม้จะไม่มีความมั่นใจว่าแผนนั้น สามารถบรรลุผลสำเร็จหรือไม่ก็ตาม	0.671	
3.3 ถิ่นสนุกกับการทำงานในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน เนื่องจากกระตุ้นความสามารถมากกว่าสถานการณ์ที่สามารถคาดเดาผลได้	0.627	
3.4 ถิ่นเชื่อว่ามีความเสี่ยงทางด้านการเงินมาก ถิ่นคุ้มที่จะเสี่ยงเพื่อรับผลตอบแทนที่มากขึ้น	0.568	
3.5 ความล้มเหลวเปิดโอกาสให้ถิ่นได้มีเวลาใคร่ครวญและพิจารณาบทบทวนให้แก่วิถีได้	0.429	
3.6 ถิ่นเต็มใจที่จะเสี่ยงทั้งทรัพย์สินของตนเอง และทรัพย์สินของครอบครัวเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ	0.385	
4. ระดับแรงบันดาลใจที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น (Aspiration to have Better Standard of Life)		0.683
4.1 ปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นกว่าเดิม	0.774	
4.2 ปรารถนาที่จะทำเงินได้มากขึ้น	0.752	
4.3 ปรารถนาที่จะมีอิสระ หรือเป็นเจ้านายตนเอง	0.466	
5. ระดับการยอมรับต่อความล้มเหลว (Acceptance of Failure)		0.682
5.1 ถิ่นไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงความล้มเหลว เนื่องจากนำไปสู่ความคิดหวัง และทำให้ความสนใจในกิจกรรมที่คล้ายๆ กันลดลง	0.755	
5.2 ถิ่นไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงความล้มเหลว เนื่องจากเป็นอันตรายต่อชื่อเสียงทางธุรกิจของถิ่น	0.700	
6. ระดับความอดทนต่อความไม่แน่นอน (Tolerance of Uncertainty)		0.641
6.1 สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนในที่ทำงานของถิ่น ไม่จำเป็นที่จะต้องทำให้ถิ่นทำงานได้ไม่มั่นคง	0.742	
6.2 ถิ่นไม่จำเป็นต้องรู้ลึกว่าสาเหตุเมื่อเจอกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาทำลายแผนการของถิ่น	0.635	
7. ระดับความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน (Belief in Self Innovativeness)		0.625
7.1 ถิ่นมักจะทำให้คนประหลาดใจกับความคิดที่แปลกใหม่ของถิ่น	0.755	
7.2 บุคคลอื่นๆ มักจะขอความช่วยเหลือจากถิ่นในการทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์	0.635	

จากตารางที่ 2 พบว่า สามารถจัดปัจจัยใหม่ได้ 7 ปัจจัย และได้ตั้งชื่อปัจจัยใหม่ทั้ง 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) ระดับแรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจ (2) ระดับการไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น (3) ระดับการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (4) ระดับแรงบันดาลใจที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น (5) ระดับการยอมรับต่อความล้มเหลว (6) ระดับความอดทนต่อความไม่แน่นอน (7) ระดับความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน โดยมีข้อคำถามที่นำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 21 ข้อคำถามจากทั้งหมด 46 ข้อคำถาม ในแต่ละข้อคำถามมีค่า

น้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า 0.3 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Costello and Osborne, 2005, pp.1-9)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับขนาดของธุรกิจ โรงแรมที่จะเริ่มต้นด้วยวิธีเปรียบเทียบเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Samples T-test) โดยนำค่าคะแนนปัจจัย (Factor Score) ของแต่ละปัจจัยใหม่ด้านจิตวิทยาทั้ง 7 ปัจจัยมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับขนาดของธุรกิจโรงแรม โดยการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เริ่มต้นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก (จำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง) จำนวน 260 ราย ส่วนที่เหลืออีก 105 รายนั้น เริ่มต้นธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง (จำนวนห้องพัก 60-149 ห้อง) ในขณะที่ไม่มีผู้ประกอบการรายใดเลยที่เริ่มต้นธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ (จำนวนห้องพักตั้งแต่ 150 ห้องขึ้นไป) โดยเกณฑ์การจัดกลุ่มขนาดของโรงแรมที่พิจารณาจากจำนวนห้องพักเป็นไปตามการจำแนกของกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาและขนาดโรงแรมที่จะเริ่มต้น

ปัจจัยที่	ขนาดโรงแรม ที่จะเริ่มต้น	N	Mean	Mean Difference (เล็ก – กลาง)	t	Sig.
1. ระดับแรงบันดาลใจที่มาจาก ความท้าทายทางธุรกิจ	ขนาดเล็ก	260	0.013	-0.045	-0.388	0.698
	ขนาดกลาง	105	0.058			
2. ระดับการไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น	ขนาดเล็ก	260	0.062	0.042	0.371	0.711
	ขนาดกลาง	105	0.020			
3. ระดับการมองความไม่แน่นอน และความเสี่ยงในแง่ดี	ขนาดเล็ก	260	0.077	-0.267	-2.619	0.009**
	ขนาดกลาง	105	0.344			
4. ระดับแรงบันดาลใจที่จะมี วิถีวิตที่ดีขึ้น	ขนาดเล็ก	260	0.031	-0.108	-1.051	0.294
	ขนาดกลาง	105	0.139			
5. ระดับการยอมรับต่อ ความล้มเหลว	ขนาดเล็ก	260	0.004	-0.014	-0.140	0.889
	ขนาดกลาง	105	0.018			
6. ระดับความอดทนต่อความ ไม่แน่นอน	ขนาดเล็ก	260	0.642	-0.078	-1.383	0.168
	ขนาดกลาง	105	0.719			
7. ระดับความเชื่อในความ สร้างสรรค์ของตน	ขนาดเล็ก	260	0.022	-0.075	-0.765	0.445
	ขนาดกลาง	105	0.097			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่ 3 การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี มีความสัมพันธ์กับขนาดโรงแรมที่จะเริ่มต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่เหลือไม่มีความสัมพันธ์กับขนาดโรงแรมที่จะเริ่มต้น

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านจิตวิทยาเดิมทั้ง 7 ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วย (1) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (2) ความกล้าเสี่ยง (3) ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ (4) แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (5) ทักษคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว (6) ทักษคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ และ (7) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน ซึ่งสามารถนำมาจัดกลุ่มใหม่ได้ 7 ปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย โดยผู้วิจัยขออภิปรายทีละปัจจัยใหม่ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า แรงบันดาลใจที่สำคัญของผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม คือ ความท้าทายทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Szivas (2001) Basu (2004) และ Jaafar, et al. (2011) ต่างพบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความท้าทายทางธุรกิจเป็นลำดับแรก ยิ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจมากขึ้น แต่กลับไม่สอดคล้องกับ Ateljevic and Doorne (2000) Gupta and York (2008) และ Tyszka, et al. (2011) ที่พบว่า ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากการศึกษาของ Ateljevic and Doorne (2000) Gupta and York (2008) และ Tyszka, et al. (2011) ไม่ได้ทดสอบเฉพาะเจาะจงกับผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจเท่านั้น จึงส่งผลให้ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับ Basu (2004) Szivas (2001) และผลการวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายในการจัดการกับกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ดังนั้นความท้าทายทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835)

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อที่ว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นผลมาจากกับผู้อื่นมีความสำคัญต่อการเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับ Littunen (2000) Türker and Inel (2012) และ Jaafar, et al. (2011) ที่พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการเชื่อว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นผลมาจากอิทธิพลของคนอื่น ยิ่งมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชื่อคล้ายๆ กันโดยเชื่อว่า ความเป็นไปได้ในการเริ่มต้นธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับอำนาจของผู้อื่นแต่ขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเอง (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835)

3. จากผลการวิจัยพบว่า การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กับ Nicholson, et al. (2005) และ Gurel, et al. (2010) ที่พบว่า บุคคลที่กล้าเผชิญกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจ แต่กลับไม่สอดคล้องกับ Altinay, et al. (2012) และ Josien (2012) ที่พบว่า ทักษะที่ดีต่อความไม่แน่นอนและความกล้าเสี่ยงไม่ได้ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพราะศึกษาของ Altinay, et al. (2012) และ Josien (2012) ไม่ได้ทดสอบเฉพาะเจาะจงกับผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจเท่านั้น จึงส่งผลให้ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับ Nicholson, et al. (2005) Gurel, et al. (2010) และการวิจัยในครั้งนี้

ยิ่งไปกว่านั้นผลการวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่า ยิ่งผู้ประกอบการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรมขนาดกลางมากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก สอดคล้องกับ Keh, et al. (2002) และ Acedo and Jones (2007) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่มองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี มีแนวโน้มที่จะกล้าตัดสินใจลงทุนธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้นไม่เล็กเหมือนแต่ก่อน ทั้งนี้พอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมองเห็นโอกาสทางธุรกิจแทนที่จะเป็นอุปสรรคจากการมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดีคล้ายๆ กัน จึงกล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้น (Acedo and Jones, 2007, pp.236-252)

4. จากผลการวิจัยพบว่า แรงบันดาลใจที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม คือ การให้ความสำคัญกับการมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ Getz and Carlsen (2000) Basu (2004) และ Szivas (2001) ต่างก็พบว่า นอกจากแรงจูงใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจแล้ว ยังมีแรงจูงใจอื่นที่ผสมผสานกันและส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ นั่นคือ เพื่อมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นโอกาสจากการประกอบธุรกิจว่าจะสามารถช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของผู้ประกอบการให้ดีขึ้น จึงจะกล้าตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (Szivas, 2001, pp.163-172)

5. จากผลการวิจัยพบว่า การยอมรับต่อความล้มเหลวเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับ Politis (2008) Jaafar, et al. (2011) และ Ramos-Rodríguez, et al. (2012) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า ยิ่งผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อความล้มเหลว ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยอมรับได้ว่าความล้มเหลวเป็นเรื่องธรรมชาติที่สามารถเกิดขึ้นได้และหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ประกอบการจึงมีความกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (Jaafar, et al., 2011, pp.827-835; Jaafar, Maideen, and Mohd, 2010, pp.54-62; Politis, 2008, pp.472-489)

6. จากผลการวิจัยพบว่า ความอดทนต่อความไม่แน่นอนเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับ Okhomina (2010) และ Acedo and Jones (2007) ที่พบว่า ความอดทนต่อความคลุมเครือไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์กับการเริ่มต้นธุรกิจ แต่ไม่สอดคล้องกับ Gu'rol and Atsan (2006) Gurel, et al. (2010) และ Altinay, et al. (2012) ที่พบว่า ระดับความอดทนต่อภาวะคลุมเครือไม่ได้เป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เป็นเพราะการศึกษาของ Okhomina (2010) Acedo and Jones (2007) และการวิจัยในครั้งนี้ได้ทดสอบกับกลุ่มผู้ประกอบการจริง ในขณะที่การศึกษาของ Gu'rol and Atsan (2006) Gurel, et al. (2010) และ Altinay, et al. (2012) ได้ทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการซึ่งยังไม่ได้เริ่มต้นธุรกิจขึ้นจริง ซึ่งอาจไม่เท่ากับการทดลองกับกลุ่มผู้ประกอบการจริง จึงส่งผลให้ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกัน

7. จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตนเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับ Jaafar, et al. (2011) และ Türker and Inel (2012) ที่พบว่าผู้ประกอบการเชื่อว่าตนเองมีการสร้างสรรค์ความแปลกใหม่นอกจากนี้ Gu'rol and Atsan (2006) ยังพบว่า ความเชื่อที่มีต่อการสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ทั้งนี้สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากความคิดสร้างสรรค์ของตนคล้าย ๆ กัน จึงกล้าที่จะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (Ardichvili, et al., 2003, pp.105-123)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

1.1 จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย แรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทายทางธุรกิจ การไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่น การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี แรงบันดาลใจที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น การยอมรับต่อความล้มเหลว ความอดทนต่อความไม่แน่นอน และ ความเชื่อในความสามารถของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผู้ประกอบการยังมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี ยังมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรมขนาดกลางมากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการ เช่น สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐควรจะได้นำปัจจัยด้านจิตวิทยาเหล่านี้มาปรับใช้เป็นแนวทางในหลักสูตรการเรียนการสอน และหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการโรงแรมรายใหม่ต่อไป ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มั่นคง

1.2 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีบางปัจจัยที่มีข้อความเพียง 2 ข้อ เนื่องจากข้อความต่างๆ เหล่านี้อยู่ในช่วงการพัฒนาข้อความขึ้นมาใหม่ในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทย ดังนั้นหากนักวิชาการอื่นจะนำข้อความเหล่านี้ไปใช้อาจต้องมีการเพิ่มเติมประเด็นข้อความด้วย

1.3 การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะเจาะจงกับผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยที่ได้เริ่มต้นธุรกิจขึ้นจริง และอยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจเท่านั้น ดังนั้นการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสรุปอ้างอิงกับผู้ที่มิมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการแต่ยังไม่ได้เริ่มต้นธุรกิจและผู้ประกอบการทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ อาจต้องใช้ความระมัดระวังเนื่องจากเห็นแล้วว่าเมื่อนำไปปรับใช้แล้วมีบางปัจจัยที่ได้ผลลัพธ์ไม่สอดคล้องกัน ได้แก่ แรงบันดาลใจที่มาจากความท้าทาย การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี และความอดทนต่อความไม่แน่นอน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ผลการวิจัยในครั้งนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อมูลของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยเท่านั้น จึงไม่สามารถนำไปอ้างอิงสรุปได้กับบริบทของอุตสาหกรรมอื่นในประเทศอื่น และในช่วงระยะเวลาอื่นได้ เนื่องจากแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน และแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นจึงควรมีการศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น และในประเทศอื่น เพื่อที่จะยืนยันและตรวจสอบผลการวิจัยในครั้งนี้

2.2 การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาเท่านั้น โดยไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยด้านทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม และสภาพแวดล้อมภายนอกอื่นๆ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาปัจจัยด้านทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม และสภาพแวดล้อมภายนอกอื่นๆ ด้วย

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2558). สถิติการจดทะเบียน สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.dbd.go.th/>
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2554). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2553). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พินดา สัตโยภาส และคณะ. (2557). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบ ในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มสำเนาของประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(2), 1-23.
- มารยาท โยทองยศ และ ปราณี สวัสดิ์สรพ. (2557). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการวิจัย สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2557, จาก <http://research.bu.ac.th/knowledge/kn46/Samplesize.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=95>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๕๔๗ สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.dip.go.th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ.2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- Abou-Moghli, A. A., & Al-Kasasbeh, M. M. (2012). Social Network and the Success of Business Start-Up. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 134-140.
- Acedo, F. J., & Jones, M. V. (2007). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms. *Journal of World Business*, 42(3), 236-252.

- 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.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing* 18(1), 105-123.
- Åstebro, T., & Thompson, P. (2011). Entrepreneurs, Jacks of all Trades or Hobos? *Research Policy*, 40(5), 637-649.
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392.
- Ball, S. (2005). The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*(May), 1-14.
- Basu, A. (2004). Entrepreneurial Aspirations Among Family Business Owners: An Analysis of Ethnic Business Owners in the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10(1/2), 12-33.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). Risk Attitudes of Nascent Entrepreneurs—New Evidence from an Experimentally Validated Survey. *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.
- Cassar, G. (2014). Industry and Startup Experience on Entrepreneur Forecast Performance in New Firms. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 137-151.
- Chen, S., Su, X., & Wu, S. (2012). Need for Achievement, Education, and Entrepreneurial Risk-Taking Behavior. *Social Behavior and Personality*, 41(8), 1311-1318.
- Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 10(7), 1-9.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- Getz, D., & Carlsen, J. (2000). Characteristics and Goals of Family and Owner-Operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism Management*, 20(6), 547-560.
- Green, R., David, J., Dent, M., & Tyshkovsky, A. (1996). The Russian Entrepreneur: A Study of Psychological Characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2(1), 49-58.
- Gurol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education & Training*, 48(1), 25-38.
- Gupta, V. K., & York, A. S. (2008). Attitudes Toward Entrepreneurship and Small Business: Findings from a Survey of Nebraska Residents and Small Business Owners. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(4), 348-366.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism Students' Entrepreneurial Intention. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Hansemack, O. C. (2003). Need for Achievement, Locus of Control and the Prediction of Business Start-ups: A Longitudinal Study. *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301-319.
- Jaafar, M., Abdul-Aziz, A. R., Maideen, S. A., & Mohd, S. Z. (2011). Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 827-835.
- Jaafar, M., Maideen, S. A., & Mohd, S. Z. (2010). Entrepreneurial Characteristics of Small and Medium Hotel Owner-Managers. *World Applied Sciences Journal*, 10(Special Issue of Tourism & Hospitality), 54-62.
- Josien, L. (2012). Entrepreneurial Orientation: An Empirical Study of the Risk-Propensity Dimension of Entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 18(1), 21-34.
- Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity Evaluation under Risky Conditions: The Cognitive Processes of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148.
- Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.

- Lee, C., Hallak, R., & Sardeshmukh, S. R. (2016). Innovation, Entrepreneurship, and Restaurant Performance: A Higher-order Structural Model. *Tourism Management*, 53, 215-228.
- Li, L. (2008). A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Hospitality and Tourism Management Journals. *Tourism Management*, 29(5), 1013-1022.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(6), 295-309.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors Influencing Small Business Start-Ups: A Comparison with Previous Research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(2), 48-63.
- McClelland, D. (1973). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: D Van Nostrand.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Nicholson, N., Soane, E., Fenton-O'Creevy, M., & Willman, P. (2005). Personality and Domain-Specific Risk Taking. *Journal of Risk Research*, 8(2), 157-176.
- Okhomina, D. (2010). Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: The Moderating Influence of Supportive Environment. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 2, 1-16.
- Politis, D. (2008). Does Prior Start-up Experience Matter for Entrepreneurs' Learning? : A Comparison Between Novice and Habitual Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 472-489.
- Quan, X. (2012). Prior Experience, Social Network, and Levels of Entrepreneurial Intentions. *Management Research Review*, 35(10), 945-957.
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., & Ruiz-Navarro, J. (2012). Determinants of Hotels and Restaurants Entrepreneurship: A Study Using GEM Data. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 579-587.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.

- Sidek, S., & Zainol, F. A. (2011). Psychological Traits and Business Performance of Entrepreneurs in Small Construction Industry in Malaysia. *International Business and Management*, 2(1), 170-185.
- Stokes, D., & Blackburn, R. (2002). Learning the Hard Way: The Lessons of Owner-Managers Who Have Closed Their Business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 17-27.
- Szivas, E. (2001). Entrance into Tourism Entrepreneurship: A UK Case Study. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 163-172.
- Tang, J., & Tang, Z. (2007). The Relationship of Achievement Motivation and Risk-Taking Propensity to New Venture Performance: A Test of the Moderating Effect of Entrepreneurial Munificence. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(4), 450-472.
- Teoh, H. Y., & Fo, S. L. (1997). Moderating Effects of Tolerance for Ambiguity and Risktaking Propensity on the Role Conflict - Perceived Performance Relationship: Evidence from Singapore Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 67-81.
- Türker, M. V., & Inel, M. N. (2012). The Effect of Locus of Control Orientation on Perceived Individual Innovativeness: An Empirical Research in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 879-888.
- Tyszka, T., Cie'slik, J., Domurat, A., & Macko, A. (2011). Motivation, Self-efficacy, and Risk Attitudes Among Entrepreneurs During Transition to a Market Economy. *Journal of Socio-Economics*, 40(2), 124-131.
- Ulvenblad, P., Berggren, E., & Winborg, J. (2013). The Role of Entrepreneurship Education and Start-up Experience for handling Communication Liability of Newness. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(2), 187-209.
- Walker, E. A., & Webster, B. J. (2007). Gender, Age and Self-Employment: Some Things Change, Some Stay the Same. *Women in Management Review*, 22(2), 122-135.
- Witt, P. (2004). Entrepreneurs' Networks and the Success of Start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(5), 391-412.
- Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence From GEM Data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.