

แนวคิดการพัฒนาจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ

Concept of Entrepreneurial Mindset Development

นารา กิตติเมธิกุล¹

Nara Kittimetheekul¹

Received October 18, 2020 & Retrieved December 4, 2020 & Accepted December 30, 2020

บทคัดย่อ

ความเป็นผู้ประกอบการคือลักษณะของคนในทุกองค์กรต้องการ ซึ่งความหมายของผู้ประกอบการมีความหมายกว้างกว่าการเป็นเจ้าของธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้ที่จัดการทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ขึ้นแก่องค์กร ความเป็นผู้ประกอบการนั้นหากพิจารณาให้ลึกซึ้งลงไปถึงกระบวนการความคิด พบว่ามีลักษณะบางอย่างที่มีความพิเศษคือที่ถูกนำเสนอในรูปแบบของตัวแบบจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแบบมีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ การตั้งเป้าหมาย การเห็นโอกาส การจัดการความเสี่ยง การกระจายและการเข้าถึงทรัพยากร นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำ การมีความคิดเชิงบวก ลักษณะทั้ง 7 ประการนี้ ไม่สามารถเกิดขึ้นมาได้เองแต่กลับต้องฝึกฝนด้วยการสร้างนิสัยที่เหมาะสมในระยะเวลาหนึ่งจนกระทั่งผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองก็สามารถมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการได้ จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการคือพื้นฐานของการพัฒนาทุนมนุษย์ที่เป็นเหมือนแรงขับเคลื่อนภายในให้มีการเสริมสร้างสมรรถนะหลักในการเป็นผู้ประกอบการที่สำเร็จ ดังนั้นในการออกแบบการพัฒนาทุนมนุษย์ทั้งในรูปแบบของการพัฒนาตนเองหรือการพัฒนาจากสถาบันต่างๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน การพัฒนาจึงต้องเริ่มต้นด้วยการใช้กรอบตัวแบบในการนำเสนอครั้งนี้เป็นพื้นฐานก่อนการเสริมสร้างทักษะและความรู้ให้กลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากการพัฒนาทุนมนุษย์ต้องอาศัยความพยายาม ความมุ่งมั่น ความตั้งใจ และระยะเวลา หากขาดแรงขับเคลื่อนจากภายในแล้วโอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็เป็นไปได้ยากขึ้น

คำสำคัญ: การเป็นผู้ประกอบการ, ความคิด, จิตวิทยา, การพัฒนาตนเอง, ธุรกิจ

¹ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็นจอย เลิร์นนิ่ง พีเพิล จำกัด

¹ Managing Director, Njoy Learning People Co., LTD

E-mail : dr.naraki@gmail.com

Abstract

Entrepreneurship is one of people characteristics of people that every organization needs. The meaning of entrepreneurship is wider than business owners, because entrepreneurs mean to any person who manages various resources to help the organization. Consideration of the Entrepreneurship thought process, it has been found some of the unique characteristics are those that are presented in the form of an entrepreneurial mindset model. The model had seven elements: goal identification, opportunity recognition, risk management, resource allocation and assessment, innovation and creativity, leadership, and optimism. These seven traits cannot come on their own, but they have to be practiced by creating the right habits for a while until those who want to improve themselves can have an entrepreneurial mindset. The entrepreneurial mindset is fundamental to human capital development as an internal drive for strengthening the core competencies to be successful in entrepreneurship. In the design of human capital development, therefore, either in the form of self-development or various institutions. Both in the public and private sectors, development must begin with the framework of this presented model as a basis before building skills and knowledge to become a successful entrepreneur. Due to the development of human capital requires effort, determination, determination, and timing, without internal forces, the chances of success become more difficult.

Keywords: entrepreneurship, mindset, psychology, self-development, business

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การเป็นผู้ประกอบการ เป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่ต้องเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ (ราชกิจจานุเบกษา, 13 ตุลาคม 2561) หรือแม้แต่ในที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD, 2012) ยังได้มีการให้ความสำคัญในการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคลในประเทศต่างๆ ซึ่งมีการกำหนดเป็นกรอบการทำงานในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคคลที่มุ่งแสวงหาโอกาสในตลาด การจัดการทรัพยากร และสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ผู้ประกอบการเป็นผู้ขับเคลื่อนการผลิตด้วยการเต็มใจเข้าไปรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านแนวคิดใหม่ กระบวนการนวัตกรรม และการลงทุน

จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีการเติบโตไปข้างหน้า (Audretsch, Keilbach, & Lehmann, 2006) จึงทำให้มีความจำเป็นในการศึกษารูปแบบการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ (Tomaa, Grigore, & Marinescu, 2014) ซึ่งในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นระดับปัจเจกชนนั้น ตั้งมีการพัฒนาที่ระบบความคิดหรือชุดความคิด (Mindset) ที่มีความพร้อมเป็นผู้ประกอบการ

เพื่อให้การพัฒนาผู้ประกอบการมีแนวทางที่ชัดเจนจากจุดเริ่มต้นด้วยชุดความคิดก่อนการสร้างองค์ความรู้และทักษะด้านการประกอบการต่างๆ นั้น แนวคิดการพัฒนาจิตวิญญาณผู้ประกอบการจึงเป็นกรอบการสร้างระบบความคิดของคนที่ต้องการสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ และ

นำไปสู่การพัฒนาตนเองให้กลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ หรือสามารถกล่าวได้ว่าเป็นสร้างแรงขับเคลื่อนภายในทางด้านจิตวิทยาที่เหมาะสมของคนทุกช่วงอายุไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการและหรือว่าต้องการเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นผู้ประกอบการในอนาคต

บททวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาหรือชุดความคิด

ชุดความคิดหรือจิตวิทยาทางความคิด (mindset) หมายถึง ความคิดของปัจเจกชนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งในรูปของทัศนคติ แต่อย่างไรก็ตาม ชุดความคิดสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ ชุดความคิดแบบคงตัว (fixed mindset) หมายถึงความสามารถในการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถและพรสวรรค์ของตนเองในสิ่งที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน ในส่วนที่ 2 เป็นชุดความคิดแบบเติบโต (growth mindset) หมายถึง ความเชื่อในความสามารถของตนเองเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในอนาคต (Dweck, Mindset: The New Psychology of Success, 2006) ดังนั้น ชุดความคิดหรือจิตวิทยาทางความคิด จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางจิตวิทยา (cognitive psychology) ของมนุษย์ ซึ่งเกิดมาจากสิ่งแวดล้อมที่สร้างสารสนเทศจำนวนมาก ที่องค์ประกอบของความคิดดังนี้ (Gupta & Govindarajan, 2002)

เป็นกระบวนการที่ผ่านการซึมซับข้อมูลที่ระดับบุคคลได้รับ แต่ความสามารถของข้อมูลนั้นมีความสามารถในการซึมซับข้อมูล ข้อมูลที่สามารถซึมซับได้แล้วนั้น ต้องผ่านกระบวนการกรองข้อมูลด้วยอคติส่วนบุคคล เพื่อเลือกเฉพาะข้อมูลที่ตนเองสนใจหรือต้องการ ข้อมูลที่รับเข้าไปในตัวบุคคล จะถูกนำไปประมวลผลร่วมกับประสบการณ์ในอดีตที่มีอยู่ในความคิดของมนุษย์ และสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ทางความคิดออกมาใหม่เป็นชุดความคิด กล่าวโดยสรุปชุดความคิดคือ ความคิดที่เกิดจากกระบวนการภายนอกและภายในของมนุษย์หลายๆ ความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจูงนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมในปัจจุบันและอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) เป็นลักษณะของปัจเจก หรือกลุ่มคน ที่เป็นผู้สร้างองค์กรใหม่ หรือปรับปรุงการทำงานใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างโอกาสทางธุรกิจ (Onuoha, 2007) หรือการเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการภายในของมนุษย์เพื่อการสร้างประโยชน์ ผลิตภัณฑ์ และคุณค่า ธุรกิจ ด้วยการกำหนดความเป็นตัวตน การประเมินคุณค่า การแสวงหาโอกาส ความคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการแปลความหมาย (Majid & Koe, 2012)

Ardichvili, Cardozo, and Ray (2003) ได้ให้ความสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการคือบุคลิกของบุคคลที่มุ่งแสวงหาการพัฒนาโอกาส ไม่ใช่การแสวงหาโอกาส และการพัฒนาโอกาสนั้นเป็นกระบวนการจากรับรู้โอกาส (recognition) การสร้างโอกาส (create) การพัฒนาโอกาส (opportunity development) จนกลายมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ (Harms, Schulz, Kraus, & Fink, 2009) นอกจากเรื่องของการแสวงหาโอกาสแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นของการเป็นผู้ประกอบการคือ การกำหนดความไม่แน่นอนและความเสี่ยง การสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ (Venkataraman, 2002)

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการ คือ ลักษณะของบุคคล หรือกลุ่ม ที่มุ่งเน้นในการกำหนดเป้าหมาย (identity) การแสวงหาโอกาส (opportunity seeking) การสร้างสรรค์และนวัตกรรม (creativity and innovation) การจัดการความเสี่ยงและความไม่แน่นอน (risk and uncertainty) และการจัดการทรัพยากร (resource allocation) ในการเป็นผู้ประกอบการ ยังมีความหมายเชิงแคบลงไปอีก คือการเป็นผู้ตั้งธุรกิจใหม่ (business start-up) ในรูปแบบที่สร้างกระบวนการหรือกระแสใหม่ในสังคม ตลอดจนการหา

แหล่งเงินทุนเพื่อการดำเนินการธุรกิจ (Bocken, Short, Rana, & Evans, 2014)

แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ

ในแนวคิดของจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial mindset) ได้มีการพัฒนาแนวคิดการศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมของบุคคล ที่เกิดจากความคิดโดยมีการกำหนดไว้ 5 กลุ่มความคิดคือ 1) ความคิดเห็นการทำโอกาส (the opportunity recognizing mind) 2) ความคิดแห่งการออกแบบ (the designing mind) 3) ความคิดในการจัดการความเสี่ยง (the risk managing mind) 4) ความคิดที่ยืดหยุ่น (the resilient mind) และ 5) ความคิดให้ได้ผลที่ตั้งใจ (the effectuating mind) (Duening, 2010) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาอีกหลายครั้งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน การศึกษาเหล่านั้น เป็นการอธิบายลักษณะทางจิตวิทยาของการเป็นผู้ประกอบการ หรือ จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ 5 กลุ่ม (Dehghanzadeh, et al., 2016) คือ การยอมรับความเสี่ยง (take risk) การควบคุมสิ่งที่มีอยู่ (Locus of Content) การมีความต้องการสู่ความสำเร็จ (need for achievement) ความเป็นนักนวัตกรรม (innovativeness) และ การทนทานต่อความเคลือบแคลงสงสัย (Torrance to ambiguity)

ในขณะที่การจัดกลุ่มลักษณะของจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ ยังมีได้อีกหลายลักษณะ จากนักวิจัยอีกหลายท่านเช่น Rekha, Ramesh, and Bharathi (2014) ได้มีการแบ่งกลุ่มการศึกษาไว้คือ การความสามารถรับความเสี่ยง (risk taking ability) การเรียนรู้จากประสบการณ์ (learning from experience) ความสามารถทางนวัตกรรม (innovating ability) และทัศนคติเชิงบวก (positive attitude) และ Ireland, Hitt, and Sirmon (2003) ได้มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการว่าเป็น การเติบโตของความคิดเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านความยืดหยุ่น การสร้างสรรค์ การพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและการหาหน่ววัตกรรมทดแทนอย่างต่อเนื่อง

จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการยังสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของความฉลาดทางอารมณ์ (emotional quotient: EQ) ได้ โดย Aboobaker, Rashmi, and Wilson (2015) ได้แบ่งประเด็นต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาทางอารมณ์คือ ความต้องการของตนเอง (passion) ความศรัทธาในตนเองและคำสัญญาต่อตนเอง (faith and commitment) ความทนทานต่อความเสี่ยง (risk torrance) ความสามารถในการปรับตัว (adaptability) ภาวะผู้นำ (leadership) ความมุ่งมั่น (drive determination) และพลังงานในการใช้ชีวิต (energy) จะเห็นได้ว่าลักษณะต่างๆ ของจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นการสร้างทัศนคติที่เสริมสร้างศักยภาพ (competency) ของตนเอง

การพัฒนาศักยภาพของมนุษย์เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถแบ่งระดับการพัฒนา มนุษย์ได้หลายระดับดังการนำเสนอของ Luthans, Luthans, and Luthans (2004) แบ่งการพัฒนาทุนไว้ 4 ระดับคือ 1) ทุนทางเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิม (traditional economic capital) หมายถึง เงินทุน และสินทรัพย์ที่จับต้องได้ 2) ทุนมนุษย์ (human capital) คือ ประสบการณ์ การศึกษา ทักษะ ความรู้ และแนวคิดคิด 3) ทุนทางสังคม (social capital) ความสัมพันธ์ เครือข่าย และเพื่อน และ 4) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology capital) หมายถึง ความมั่นใจ (confidence) ความหวัง (hope) การมองโลกในแง่ดี (optimism) และ ความยืดหยุ่น (resilience) ทั้งนี้ ได้มีการขยายความเพิ่มเติมไว้ว่า ความมั่นใจ คือการรับรู้ในความสามารถของตนเอง สามารถประเมินตนเองได้มีความสามารถในระดับใด (self-efficacy) ความมั่นใจ เป็นความสามารถในการรวบรวมแรงจูงใจ การระลึกได้ถึงแหล่งของทรัพยากร หรือความต้องการในการกระทำเพื่อความสำเร็จในแต่ละบริษัท ซึ่งเป็นความสามารถนี้สามารถพัฒนาได้

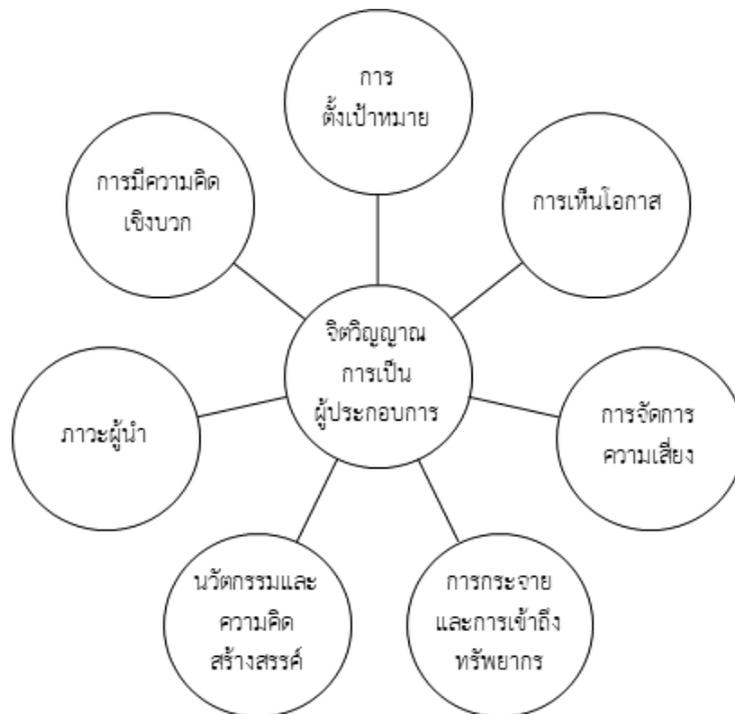
ความหวัง เป็นรูปแบบหนึ่งของความรู้สึกของคนเชิงบวกที่มีต่อความสำเร็จใน 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นเป้าหมาย และส่วนที่เส้นทางเดินสู่เป้าหมายที่ต้องการ เนื่องจากความหวังเป็นความรู้สึก จึงมีความแตกต่างกับทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยทางด้านความสามารถของคน จึงถือว่าเป็นเรื่องยากในการกำหนดรูปแบบของความรู้สึกที่ชัดเจน

การมองโลกในแง่ดี เป็นรูปแบบของคุณลักษณะมนุษย์ที่มีความใกล้เคียงกับภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก หรือเรียกได้ว่า เป็นลักษณะที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การมองโลกในแง่ดี คือลักษณะของคนที่ยกย่องสิ่งดี ๆ กับ กับสิ่งแย่ ๆ ออกจากกัน โดยเชื่อมั่นว่า สิ่งแย่ ๆ เป็นเพียงเหตุการณ์ชั่วคราวที่เกิดขึ้นเท่านั้น และเชื่อมั่นว่า สิ่งดี ๆ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นการถาวร

ความยืดหยุ่น หมายถึงความสามารถในการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากเหตุการณ์ความทุกข์ร้อนหรือปัญหาของตนเอง ให้กลับมาอยู่ในสภาพปกติ (bounce back) การเกิดความยืดหยุ่นในชีวิตเกิดมาจากสาเหตุ 3 ประการ คือ การยอมรับความจริง การเชื่อมั่นว่าอย่างลึกซึ้งชีวิตมีคุณค่า และ ความสามารถในการปรับตัวกับเหตุการณ์ที่ไม่เคยประสบมาก่อน

องค์ประกอบการของจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับสังคมยุคใหม่

จากแนวคิดด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการและการเสริมสร้างศักยภาพของบุคคลเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สูงขึ้นนั้น สามารถสรุปตัวแบบจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับสังคมยุคใหม่ (entrepreneurial mindset model) ที่มีองค์ประกอบได้ 7 ประการคือ การตั้งเป้าหมาย (goal identification) การเห็นโอกาส (opportunity recognition) การจัดการความเสี่ยง (risk management) การกระจายและการเข้าถึงทรัพยากร (resource allocation and assessment) นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (innovation and creativity) ภาวะผู้นำ (leadership) การมีความคิดเชิงบวก (optimism) ดังแสดงได้ดังภาพที่ 1 พร้อมทั้งอธิบายในรายละเอียดต่อไป



ภาพ 1 ตัวแบบจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ

การตั้งเป้าหมาย

การตั้งเป้าหมาย ของบุคคลนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระยะ คือ เป้าหมายในระยะสั้น (Goal) และแรงปรารถนาในความหมายของชีวิต (Passion) ซึ่งแรงปรารถนาเป็นอารมณ์ที่ก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนทางจิตวิทยาในมนุษย์ต่อความตั้งใจในการแสดงออกที่มีระยะเวลายาวนาน (Csikszentmihalyi & Csikszentmihaly, 1990) ซึ่งแรงปรารถนานั้น เป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพราะเป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนในการเป็นผู้ประกอบการ ยิ่งกล่าวได้อีกว่า เป็นความรู้สึกที่รู้ตัวเชิงบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างแรงกล้าจนกลายเป็นการตอบสนองความรู้สึกนั้นออกมอย่างต่อเนื่อง (Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009) การทำงานของการตั้งเป้าที่เป็นประเภทของแรงปรารถนา เป็นแรงขับเคลื่อนที่ให้เกิดความตั้งใจของคนที่มีความเป็นผู้ประกอบการจนนำไปสู่การลงมือปฏิบัติในที่สุด (Fellnhofer, 2017)

การเห็นโอกาส

การเห็นโอกาส ในแนวความคิดแบบดั้งเดิมเป็นความสามารถของบุคคลที่การทราบถึงความต้องการของตลาด (market need) ในขณะที่มีความโต้แย้งและปรับให้ตรงต่อความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น โอกาสจึงมีความหมายถึงสถานะการณ์ที่สร้างแนวคิดใหม่ๆ ในการผสมผสานทรัพยากรเพื่อการค้าได้มาซึ่งประโยชน์หรือกำไร (Kirzner, 1997; Shane, 2003) โอกาสสำหรับผู้ประกอบการผ่านกระบวนการระลึก (Recognition) ปัจจัยต่างๆ ซึ่ง Berglund (2007) อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกิดโอกาสของผู้ประกอบการเอาไว้ 6 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 การใช้ประโยชน์ขององค์ความรู้ (exploiting knowledge) เป็นปัจจัยพื้นฐานของการเห็นโอกาสของผู้ประกอบการ การทำงานของความรู้เปรียบเสมือนข้อมูลและการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ในบุคคลมาใช้ในแต่ละสถานะการณ์ ปัจจัยที่ 2 การเติมเต็มช่องว่าง (filling the gap) หมายถึงความเป็นไปได้ในการสร้างคุณค่าให้กับคนอื่น ตลาด หรือสังคม ด้วยความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการ ปัจจัยที่ 3 โอกาสในแต่ช่วงเวลา (opportunity in timing) หมายถึงการรับรู้ถึงความพร้อมของโอกาส เพราะโอกาสจะสามารถสร้างคุณค่าได้ต้องมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน (mutuality) ปัจจัยที่ 4 การแสดงออกของบริษัทในยุคสมัย (enacting the zeitgeist) หมายถึงการเข้าใจ การรับรู้ภาวะกระแสของสังคม หรือกระแสของโลกนั้นเป็นอย่างไร เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ปัจจัยที่ 5 ความมั่นคงเป็นกลยุทธ์ (stability as strategy) หมายถึงมีความชัดเจนในตัวเองในความเป็นตัวตน เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ต้องยังสามารถรับรู้ถึงความต้องการของตนเองได้ ปัจจัยที่ 6 รู้ลำดับก่อนหลัง (sequential entry process) หมายถึงการรู้ถึงวิธีการในการพัฒนาและขยายของงาน หรือตำแหน่ง หรือกลยุทธ์ของตนเองเพื่อให้ได้เป็นไปตามต้องการ

การจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง ในด้านมุมมองของผู้ประกอบการแล้ว การจัดการความเสี่ยงเริ่มต้นด้วยการที่มีทัศนคติเชิงบวกกับความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และเชื่อมั่นว่าสามารถแก้ไขเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี (Shadbolt & Olubode-Awosola, 2016) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงของผู้ประกอบการนั้น มีความสัมพันธ์กับการมองโลกในแง่ดี จึงทำให้กล้าที่จะดำเนินการต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Macko & Tyszka, 2009) ในการจัดการความเสี่ยงสำหรับผู้ประกอบการมีกระบวนการเริ่มจากการใช้ความสามารถในการแสวงหาโอกาส แบ่งออกเป็นได้ 3 ขั้นตอนคือ การเห็นโอกาส (opportunity recognition) การค้นพบโอกาส (opportunity discovery) และการสร้างโอกาส (opportunity creation) จากนั้นจึงใช้โอกาสในการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเป็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ที่ได้จากเชิงลบเป็นเชิงบวก ทั้งนี้ การจัดการความเสี่ยงจะต้องใช้กระบวนการคิดเชิงเหตุผลประกอบการใช้ประโยชน์ของโอกาส (Miller, 2007)

การกระจายและการเข้าถึงทรัพยากร

การกระจายและการเข้าถึงทรัพยากร เป็นการจัดการทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ให้เกิดความสอดคล้องกับค่าเสียโอกาส ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน (Levinthal, 2017) ระดับของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เป็นอย่างมากกับประสิทธิภาพของการกระจายทรัพยากร (He , Li, & Vinig, 2010) ในขณะที่ Barney (1991) ได้ให้ความหมายของทรัพยากรไว้ว่า เป็นอะไรก็ได้ที่องค์กรสามารถควบคุมได้ และนำไปสู่การปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ขององค์กร หรือสามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ได้ เช่น ทรัพย์สินทุกชนิด ความสามารถต่างๆ ขององค์กร กระบวนการ ลักษณะขององค์กร ข้อมูล หรือความรู้ เป็นต้น

นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์คือการสร้างสิ่งใหม่โดยการผสมผสานสิ่งเดิมที่มีอยู่ด้วยวิธีการใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์จึงมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ มีความเป็นต้นฉบับ ไม่ซ้ำใคร (originality) มีประโยชน์ (useful) ใช้งานได้จริง (put to some use) (Glover, Ronning, & Reynolds, 1989) นวัตกรรม เป็นเหมือนผลลัพธ์ และกระบวนการใหม่ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (West & Farr, 1990) ทั้ง 2 สิ่งนี้จึงมีความสำคัญอย่างใกล้ชิด จะเห็นได้ชัดว่า ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดคุณค่าและสามารถใช้ประโยชน์ได้ ยิ่งไปกว่านั้น นวัตกรรมคือผลแห่งประปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของมนุษย์และองค์กรให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (Reddy & Reddy.S., 2014) การสร้างนวัตกรรม มีกระบวนการเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน คือ 1) การสร้างโอกาสแห่งความคิด 2) นำโอกาสแห่งความคิดมาสร้างเป็นความคิดใหม่ 3) เลือกความคิดใหม่ที่ตอบสนองความต้องการ 4) สร้างความคิดเป็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม และ 5) พัฒนาผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง (Holzmann & Golan, 2016)

ภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ หมายถึงความสามารถของบุคคลในการมีอิทธิพลต่อความตติ พฤติกรรม และทัศนคติของคนอื่น (Mills, 2005) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความสามารถในการนำผู้อื่นให้ดำเนินการตามแผนหรือวิธีการที่ได้ ออกแบบไว้เพื่อการสร้างผลลัพธ์ตามที่ตั้งไว้ ภาวะผู้นำกับผู้นำมีความแตกต่างกัน ผู้นำหมายถึง ตำแหน่งของบุคคลที่ได้กำหนดบทบาท และหน้าที่ในการชี้นำทิศทางขององค์กร กลุ่ม หรือทีม ผ่านอำนาจ (authority) ที่ได้รับมาในการสั่งการเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Kotter, 2001) การที่องค์กรสามารถประสบความสำเร็จได้ต้องมีผู้นำที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นผู้นำสูงควบคู่กัน จึงทำให้ ผู้นำโดยส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีภาวะผู้นำอยู่ในตัวเองอยู่แล้ว (Toor & Ofori, 2008) ผู้ประกอบการต้องแสดงบทบาทของการเป็นผู้นำ และสร้างภาวะผู้นำด้วยเทคนิค LEADERSHIP ตามที่ Surji (2015) ได้เสนอไว้คือ การเป็นผู้ฟังที่ดี (listening) การเป็นผู้กระตือรือร้น (enthusiasm) เป็นผู้มีความปรารถนา (aspiring) เป็นผู้ตัดสินใจ (decisive) เป็นผู้ช่วยเหลือและให้กำลังใจ (empower and encourage) เป็นผู้รับผิดชอบ (responsibility) เป็นผู้สนับสนุน (supportive) เป็นผู้ถ่อมตน (humble) เป็นผู้จุดประกายที่ถูกต้อง (inspiring with integrity) และเป็นผู้วางแผน (planner)

การมีความคิดเชิงบวก

การมีความคิดเชิงบวก เป็นคุณลักษณะของผู้ที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ เพราะคุณลักษณะนี้เป็นสิ่งที่จะช่วยให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างเป็นปกติเมื่อเจอปัญหาหรือสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ เพราะการคิดเชิงบวกเป็นสิ่งที่เข้ามาจัดการเปลี่ยนระบบการคิดจากประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่ล้มเหลวในอดีตเป็นการเรียนรู้เพื่อการปรับปรุงการดำเนินในอนาคต (Ucbasaran, Flores-Romero, & Westhead, Entrepreneur's Optimism and Experience: Does the Nature of Experience Matter?, 2007) การมีความคิดเชิงบวกยังช่วยให้ผู้ประกอบการมีความต้านทานต่อปัญหาทางการเงินและอารมณ์ที่มีต่อปัญหาเหล่านั้น (Adomako, Danso, Uddin, & Damoah, 2016) ด้วยอิทธิพลของการมีคิดเชิงบวกที่ทำให้เกิดการเรียนรู้จากปัญหาและความล้มเหลวในอดีตจึงมี

ส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ สิ่งที่ต้องพึงระมัดระวังในการมีความคิดเชิงบวก คือการมีความคิดเชิงบวกที่มากเกินไปจนไปสู่การบิดเบือนความคิดที่ไม่เป็นจริงตามสถานการณ์ นำไปสู่การลดน้อยถอยลงของผลประกอบการได้ (Hmieleski & Baron, 2009) การมองโลกในแง่ดีที่ไม่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง (unrealistic optimism) เป็นการระบวนการทางจิตวิทยาที่มนุษย์ใช้ประเมินสถานการณ์ในการตัดสินใจ ในบางครั้ง ประเมินสถานการณ์ที่แย่มากกว่าความเป็นจริง มนุษย์จะตัดสินใจระมัดระวังตัว แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าประเมินสถานการณ์ที่เกินกว่าความเป็นจริง การตัดสินใจนั้นก็มีแนวโน้มเข้าข้างความต้องการของตัวเองจะเป็นการเพิ่มความเสียหายอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ (Coelho, 2010) ดังนั้น การมีความคิดเชิงบวกที่เหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการคือการรู้จักการเรียนรู้ประโยชน์ที่รับจากความล้มเหลวและการเลือกประสบการณ์ที่มีประโยชน์มาใช้ในการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีความเป็นจริง ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้การขจัดอคติในการเข้าข้างตัวเองออกไป และตัดสินใจบนพื้นฐานของเหตุผลและโอกาสจากประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้เรียนรู้มา (Ucbasaran, Westhead, Wright, & Flores, 2010)

กระบวนการการพัฒนาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ

สิ่งที่สำคัญในการพัฒนาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการคือ ชุดความคิดหรือจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ โดย Dweck and Leggett (1988) ได้เริ่มอธิบายความคล่องตัวในการพัฒนาตนเองให้มีความสามารถสูงขึ้น มนุษย์ที่ต้องการพัฒนาตัวเอง ต้องเข้าใจในสถานการณ์ที่แท้จริงของตัวเองก่อน เพื่อให้สามารถสร้างแนวทางการพัฒนาได้ และสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา ประเด็นที่สำคัญคือเป้าหมายของตนเอง ชุดความคิดในการเข้าใจตนเอง และเป้าหมายของตนเองนั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างพฤติกรรมของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งชุดความคิดนี้ต้องอาศัยชุดความแบบคิดเติบโต (Dweck, Mindset: The New Psychology of Success, 2006) ได้ใช้คำนี้เป็นครั้งแรก ชุดความคิดแบบเติบโตมีรูปแบบที่สำคัญคือ การรับรู้ถึงจุดอ่อนของตัวเอง และมีความตั้งใจในการปรับปรุงจุดอ่อนของตัวเองเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของตัวเองที่ต้องการ อีกทั้งยังต้องการบรรลุเป้าหมายใหม่ๆ ต่อเนื่องต่อไปเมื่อเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้นั้นประสบความสำเร็จแล้ว ในทางตรงกันข้าม ชุดความคิดที่ทำให้มนุษย์หยุดการพัฒนาตนเองจากภายในคือ ชุดความคิดแบบคงตัว ลักษณะที่สำคัญคือบุคคลที่มีชุดความคิดแบบนี้ มักไม่สำรวจความผิดพลาดของตัวเองแต่กลับคิดว่าความล้มเหลวที่เกิดขึ้นนั้น มีสาเหตุมาจากปัจจัยรอบข้างหรือบุคคลอื่น ที่ไม่สามารถควบคุมได้ และโทษความล้มเหลวให้กับสิ่งรอบข้างในรูปแบบของข้ออ้าง ในที่สุดบุคคลกลุ่มนี้จึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาตนเองใดๆ

กระบวนการในการสร้างชุดความคิดเพื่อการสร้างจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (Vandewalle, 2012) ได้อธิบายถึงกระบวนการทำงานของชุดความคิดที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ ไว้ 6 ขั้นตอนคือ 1) รูปแบบการของการระลึก (pattern recognition) คือการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจหรือตีความหมาย โดยคนที่มีความคิดแบบคงที่มีแนวโน้มในการตัดสินจะด้วยข้อมูลที่รับรู้มาเพียงชุดเดียว ไม่เปิดรับหรือค้นหาข้อมูลอื่นๆ ในการตัดสินใจอีก ซึ่งเป็นการปิดกั้นโอกาสในการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เพิ่มเติม 2) การคิดมุขกลับ (counterfactual thinking) ผู้ที่มีแนวความคิดแบบเติบโตจะไม่ยึดติดกับชุดข้อมูลที่ได้รับตั้งแต่แรก และพยายามที่จะค้นหาข้อมูลอย่างรอบด้านมากกว่าคนที่ชุดความคิดแบบตายตัว 3) การสร้างภาพจำลอง (cognitive simulations) ผู้ที่มีชุดความคิดแบบตายตัว มีแนวโน้มที่จะยึดกับภาพจำลองผลลัพธ์ในการตัดสินใจ มากกว่า คนที่มีชุดความคิดแบบเติบโต 4) พฤติกรรมการมองผลสะท้อนกลับ (feedback seeking behavior) ในพฤติกรรมของมนุษย์หลักจากการตัดสินใจและลงมือกระทำไปแล้ว ย่อมต้องมีผลลัพธ์กลับมา คนที่มีชุดความคิดแบบเติบโตนั้น มีรูปแบบพฤติกรรมที่มองหาผลลัพธ์ทางบวกจากสิ่งที่เกิดขึ้นมากกว่าคนที่ชุดความคิดแบบคงที่ 5) การทดลองในพฤติกรรมใหม่ๆ (experimentation) คนที่มีชุดความคิดแบบเติบโต มีความกล้าในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตัวเองเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ใหม่ๆ โดยไม่กลัวความเสียหายที่เกิดขึ้น

จากการเปลี่ยนแปลง แต่คนที่มีชุดความคิดแบบคงที่จะพยายามรักษารูปแบบพฤติกรรมเดิมๆ ไว้ เพื่อให้แน่ใจว่า จะได้ผลลัพธ์ที่สามารถคาดการณ์ได้ และ 6) การสะท้อนกลับ (reflection) คนที่มีชุดความคิดแบบเติบโตจะมีรูปแบบ การหาข้อผิดพลาดเพื่อการปรับปรุงได้ดีกว่า คนที่มีชุดความคิดแบบคงที่ที่พยายามหาข้อขัดขวางในการค้นหาจุด ผิดพลาดและนำไปปรับปรุงแก้ไข

การสร้างจิตวิญญาณของผู้ประกอบการนั้น เป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงจากภายในให้เกิดเป็น นิสัยแห่งการเรียนรู้ของตัวเอง เมื่อดำเนินไปสักระยะหนึ่ง สมอจะเกิดการเรียนรู้และเพิ่มความสามารถทางการ เรียบเรียงความคิด ซึ่งมีผู้ได้เสนอนิสัยหรือพฤติกรรมของผู้ประกอบที่ประสบความสำเร็จด้วยการสร้างนิสัยต่อ ตนเอง (Chupp, Longenecker, & Ariss, 2013) เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ ประกอบการทั้ง 7 ประการคือ เป็นผู้สุภาพและรู้จักให้เกียรติต่อผู้อื่นเสมอและไม่จำเป็นต้องแสดงความสามารถตัว เองทุกอย่างเพื่อความสำเร็จ ทักษะที่จำเป็นต่อความสำเร็จต้องได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการ เปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ต้องรู้จักเรียนรู้ความสำเร็จและความล้มเหลวจากการทำงานสามารถเรียนรู้ได้ อย่างรวดเร็วในภาวะวิกฤติ ต้องระลึกลูกอยู่เสมอว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้น เป็นเพียงเหตุการณ์ชั่วคราวเท่านั้นเพราะ เมื่อเวลาผ่านไปทุกอย่างจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ต้องรู้จักรับฟังข้อมูลและความต้องการของคนจากหลากหลาย แหล่งเพื่อนำมาพัฒนาและสร้างการเติบโต ต้องให้เวลากับการประเมินตนเอง ต้องเรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการ ทำงานจากคนที่ประสบความสำเร็จก่อนหน้านี้หรือคนที่ประสบความสำเร็จได้เร็วกว่า ต้องอยู่ท่ามกลางคนที่มีความ สามารถและเก่งในด้านต่าง ๆ และเรียนรู้ความเก่งจากพวกเขา ต้องหัดเรียนรู้จากการทดลองใจ ความทุกข์ยาก และ ความท้าทายต่างๆ ที่ปรากฏขึ้น

การพัฒนาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการสู่การพัฒนาผู้ประกอบการ

จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์ (Kouzes & Posner, 2019) ดังนั้น หากหน่วยงานทั้งภาครัฐ หรือเอกชน สถานประกอบการ สถานศึกษาที่ต้องการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทุน มนุษย์ให้มีความเป็นผู้ประกอบการ ประเด็นที่ต้องนำมาเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการพัฒนาคือชุดความคิดที่ได้นำ เสนอไว้ในครั้งนี้ เป็นการรวบรวมรายงานการศึกษาต่างๆ ให้เป็นชุดที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ในรูปแบบของตัวแบบจิต วิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ เหตุผลที่สำคัญในการมุ่งเน้นการพัฒนาจิตวิญญาณของผู้ประกอบการเพราะ การสร้างทักษะการคิดให้กับผู้ประกอบการเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการสร้างความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการ (Wu, 2009)

ในการสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการนั้น ต้องมีองค์ประกอบของสมรรถนะหลัก 4 ด้าน คือ สมรรถนะด้านการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship competency) หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ และเรียนรู้การใช้โอกาสเพื่อการ สร้างความได้เปรียบ 2) สมรรถนะด้านธุรกิจและการจัดการ (business and management competency) หมายถึงความสามารถในการใช้ความรู้และทักษะต่าง ๆ เพื่อการจัดการทรัพยากรทางธุรกิจ เช่นการเงิน การปฏิบัติการ การตลาด การผลิต การจัดการเชิงกลยุทธ์ ให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ 3) สมรรถนะด้านมนุษยสัมพันธ์ (human relation competency) หมายถึง การสร้างภาวะผู้นำในการบริหารความสัมพันธ์ของทีม เพื่อให้เกิดประสานงาน ในการบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ และ 4) สมรรถนะด้านการคิดรวบยอดและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (conceptual and relationship competency) หมายถึงทักษะการจัดวางโครงสร้างของการบริหารงาน บุคคล และความ สัมพันธ์ของการทำงาน รวมถึงการตัดสินใจ การคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (Mitchelmore & Rowley, 2010) ดังนั้นจึงเห็นได้อย่างชัดเจนว่า จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการคือชุดความคิดพื้นฐานที่ส่งเสริมให้เกิดสมรรถนะ หลักของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

บทสรุป

จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นในการสร้างความก้าวหน้าและความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ คุณสมบัตินี้เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรทั้งองค์กรที่แสวงหากำไรและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรต่างต้องการ เพราะบุคคลที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ย่อมสร้างผลงานและการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนาองค์กรได้อย่างก้าวกระโดด

การสร้างจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการต้องเริ่มจากการสร้างชุดความคิดที่พร้อมเติบโต ไม่ปิดกั้น การเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในยุคของการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ยิ่งเป็นการเร่งการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ และสังคมอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จุดเริ่มต้นต้องเริ่มที่ชุดความคิด แต่อย่างไรก็ตาม ชุดความคิดเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ดังนั้น การใช้เทคนิคการการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้เกิดนิสัยเป็นเทคนิคหนึ่งที่จะช่วยให้ชุดความคิดเปลี่ยนแปลงได้

วิธีการสร้างจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการจึงกลายเป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกสู่ภายใน กล่าวคือ การสร้างนิสัยที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ 10 ประการจนกลายเป็นความคุ้นชิน เพื่อนำไปสู่การปรับชุดความคิดให้เป็นแบบเติบโต ในขณะที่นั้น ให้ผู้ที่ต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการเน้นถึงคุณสมบัติต่างๆทั้ง 7 ประการ กล่าวคือ กระบวนการทั้งหมดนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนิสัยที่ส่งผลดีต่อการพัฒนาคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ โดยจำเป็นต้องมีความต่อเนื่องประมาณ 3 เดือน เพื่อให้คุณสมบัติเหล่านี้มีความชัดเจนต่อการแสดงพฤติกรรมใหม่ออกมา (Carden & Wood, 2018)

เอกสารอ้างอิง

- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561- 2580). เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก ประกาศวันที่ 13 ตุลาคม 2561
- Aboobaker, N., Rashmi, M. B., & Wilson, P. R. (2015). Entrepreneurial psychological capital of post-graduate management and non-management students in Kerala, India. *Asian Journal of Management Research*, 5(3), 407-420.
- Adomako, S., Danso, A., Uddin, M., & Damoah, J. O. (2016). Entrepreneurs' Optimism, Cognitive Style and Persistence. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 22, 84 - 108. doi:10.1108/IJEBR-07-2015-0158
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123. doi:10.1016/S0883-9026(01)00068-4
- Audretsch, D. B., Keilbach, M., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford: Oxford Scholarship Online. doi:10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001
- Barney, J. (1991, March 1). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. doi:10.1177/014920639101700108
- Berglund, H. (2007). Opportunities as Existing and Created: A Study of Entrepreneurs in the Swedish Mobile Internet Industry. *Journal of Enterprising Culture*, 15(3), 243-273. doi:10.1142/S0218495807000149

- Bocken, N., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014, February 15). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42-56. doi:10.1016/j.jclepro.2013.11.039
- Carden, L., & Wood, W. (2018). Habit Formation and Change. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 20, 117-122. doi:10.1016/j.cobeha.2017.12.009
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532. doi:10.5465/amr.2009.40633190
- Chupp, B. K., Longenecker, C. O., & Ariss, S. (2013). The Mind of the Entrepreneur: How Successful Entrepreneurs Learn. *Effective Executive*, 16(1), 7-15.
- Coelho, M. (2010). Unrealistic Optimism: Still a Neglected Trait. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 397-408. doi:10.1007/s10869-009-9146-9
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- Dehghanzadeh, M. R., Kholasehzadeh, G., Birjandi, M., Antikchi, E., Sobhan, M. R., & Neamatzadeh, H. (2016). Entrepreneurship Psychological Characteristics of Nurses. *Acta Med Iran*, 54(9), 595-599. Retrieved from <https://acta.tums.ac.ir/index.php/acta/article/view/5162>
- Duening, T. N. (2010). Five Minds for the Entrepreneurial Future: Cognitive Skills as the Intellectual Foundation for Next Generation Entrepreneurship Curricula. *The Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 1-22. doi:10.1177/097135570901900101
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House Publishing Group.
- Dweck, C. S., & Leggett, E. L. (1988). A social-cognitive Approach to Motivation and Personality. *Psychological Review*, 95(2), 256-273. doi:10.1037/0033-295X.95.2.256
- Fellnhöfer, K. (2017). The Power of Passion in Entrepreneurship Education: Entrepreneurial Role Models Encourage Passion? *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1), 58-87.
- Glover, J. A., Ronning, R. R., & Reynolds, C. R. (1989). *Handbook of Creativity (Perspectives on Individual Differences)*. New York: Plenum Press. doi:10.1007/978-1-4757-5356-1
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2002). Cultivating a Global Mindset. *The Academy of Management Executive*, 16(1), 116-126.
- Harms, R., Schulz, A., Kraus, S., & Fink, M. (2009). The conceptualisation of 'opportunity' in strategic management research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing (IJEV)*, 1(1), 57-71. doi:10.1504/IJEV.2009.023820
- He, B., Li, Z., & Vinig, T. (2010, September). Entrepreneurship, Technological Progress and Resource Allocation Efficiency: A Case of China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 2(3), 242-254. doi:10.1108/17561391011078730
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). Entrepreneurs' Optimism and New Venture Performance: A

- Social Cognitive Perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473–488. doi:10.5465/amj.2009.41330755
- Holzmann, V., & Golan, J. (2016). Leadership to Creativity and Management of Innovation? The Case of the “Innovation Club” in a Production Company. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6, 60-71. doi:10.4236/ajibm.2016.61005
- Ireland, D. R., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003, February 28). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989. doi:10.1016/S0149-2063(03)00086-2
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2729693>
- Kotter, J. P. (2001). What Leaders Really Do. *Harvard Business Review*, 79(11), 85-96.
- Kouzes, T. K., & Posner, B. Z. (2019, November 4). Influence of managers’ mindset on leadership behavior. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(8), 829-844. doi:10.1108/LODJ-03-2019-0142
- Levinthal, D. A. (2017, November 1). Resource Allocation and Firm Boundaries. *Journal of Management*, 43(8), 2580-2587. doi:10.1177/0149206316667458
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004, January–February). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45–50. doi:10.1016/j.bushor.2003.11.007
- Macko, A., & Tyszka, T. (2009, July). Entrepreneurship and Risk Taking. *Applied Psychology*, 58(3), 469 - 487. doi:10.1111/j.1464-0597.2009.00402.x
- Majid, I. A., & Koe, W.-L. (2012). Sustainable Entrepreneurship (SE): A Revised Model Based on Triple Bottom Line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 293-310.
- Miller, K. D. (2007, November 21). Risk and Rationality in Entrepreneurial Processes. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 57-74. doi:10.1002/sej.2
- Mills, Q. D. (2005). *Leadership: How to Lead, How to Live*. Leadership: How to Lead, How to Live. Waltham, MA: MindEdge Press.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010, May 2009). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), 92-111. doi:10.1108/13552551011026995
- Onuoha, G. (2007). Entrepreneurship. *AIST International Journal*, 10, 20-32.
- Reddy, G., & Reddy, S., V. (2014). Significance of Innovation in Business Process of Value Chain. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 2(1), 18-25. doi:10.12691/jbe-2-1-3
- Rekha, S. K., Ramesh, S., & Bharathi, J. S. (2014, January 1). Empirical Study on the Relationship

- between Entrepreneurial Mindset and the Factors Affecting Intrapreneurship: A Study in Indian Context. *International Journal of Entrepreneurship*, 18, 69-75.
- Royal Thai Gazette. (2018). National Strategy (2018-2037). Vol 135, Chapter 82 A, Notice date on 13 October 2018. (in Thai)
- Shadbolt, N. M., & Olubode-Awosola, F. (2016). Resilience, risk and entrepreneurship. *International Food and Agribusiness Management Review*, 19(2), 33-52.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Surji, K. (2015). Understanding Leadership and Factors that Influence Leaders' Effectiveness. *European Journal of Business and Management*, 7(33), 154-167. doi:10.7176/EJBM/7-33-2015-03
- Tomaa, S.-G., Grigore, A.-M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443. doi:10.1016/S2212-5671(14)00111-7
- Toor, S.-u.-R., & Ofori, G. (2008). Leadership versus Management: How They Are Different, and Why. *Leadership and Management in Engineering*, 8(2), 61-71. doi:10.1061/(ASCE)1532-6748(2008)8:2(61)
- Ucbasaran, D., Flores-Romero, M., & Westhead, P. (2007, September 6). Entrepreneur's Optimism and Experience: Does the Nature of Experience Matter? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27(6), [4]. Retrieved from <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol27/iss6/4>
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The Nature of Entrepreneurial Experience, Business Failure and Comparative Optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541-555. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.04.001
- UNCTAD. (2012). *Entrepreneurship Policy Framework and Implementation Guidance*. New York and Geneva: United Nation.
- Vandewalle, D. (2012, September). A Growth and Fixed Mindset Exposition of the Value of Conceptual Clarity. *Industrial and Organizational Psychology*, 5(3), 301-305. doi:10.1111/j.1754-9434.2012.01450.x
- Venkataraman, S. (2002). Stakeholder Value Equilibration and the Entrepreneurial Process. *The Ruffin Series of the Society for Business Ethics*, 3, 45-57. doi:10.5840/ruffinx2002313
- West, M., & Farr, J. L. (1990). Innovation at work. In M. A. West, & J. L. Farr, *Innovation and creativity at work* (pp. 3-13). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Wu, W.-W. (2009). A competency-based model for the success of an entrepreneurial start-up. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 6(6), 279-291.

TRANSLATED THAI REFERENCES

- GOVERNMENT GAZETTE. (2018). NATIONAL STRATEGY (2018-2037). VOLUME 135, PART 82 KOR. ANNOUNCED ON 13 OCTOBER 2018.