ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

พัชรพงศ์ ทะวงษา

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปีการศึกษา 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO START STARTUP BUSINESSES AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

PATCHARAPONG TAWONGSA

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UBON RATCHATHANI UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2025

COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้วิจัย นายพัชรพงศ์ ทะวงษา

คณะกรรมการสอบ

ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมทัศน์ ทัศวา	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกัญญา จันทรุกขา	กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมทัศน์ ทัศวา)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย อันพิมพ์)
คณบดีคณะบริหารศาสตร์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวรรณ ธนวิรุฬห์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปีการศึกษา 2568

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความเมตตาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมทัศน์ ทัศวา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความอนุเคราะห์และกรุณาเสียสละเวลาในการให้ความรู้ ทั้งคอยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหา ในการพัฒนาการค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ให้ลุล่วง และเป็นกำลังใจที่สำคัญอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

อีกทั้งยังได้รับคำแนะนำจาก ดร. ธรรมวิมล สุขเสริม ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกัญญา จันทรุกขา กรรมการสอบ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น มากไปกว่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย อันพิมพ์ ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกัญญา จันทรุกขา ที่กรุณาให้คำแนะนำและการประเมินแบบสอบถามเพื่อการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยให้ ดีขึ้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ประจำวิชา ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ราย ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัว ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือและเป็นกำลังที่สำคัญเสมอมา เพื่อนร่วมหลักสูตรทุกท่าน รวมถึง คุณสุประวีณ์ วติวุฒิพงศ์ เจ้าหน้าที่ดูแลหลักสูตร และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม ที่ได้ร่วมกันสรรค์สร้างการค้นคว้าวิจัยอิสระฉบับนี้ให้แก่ผู้ศึกษาจนประสบผลสำเร็จลุล่วงด้วยดี

พัชรพงศ์ ทะวงษา

ผู้วิจัย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : พัชรพงศ์ ทะวงษา

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมทัศน์ ทัศวา

คำสำคัญ : การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ, การรับรู้ความสามารถของตนเอง, การยอมรับความเสี่ยง, บรรทัดฐานทางสังคม, การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

การวิจัยครั้ง นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจำนวน 460 ชุด และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสตาร์ทอัพจำนวน 5 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหกตัว ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีอิทธิพลเชิงบวก ต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ในขณะที่ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ตรง ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง และแรงสนับสนุนจากสังคมรอบข้าง ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจอย่างมั่นคง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยระบุว่า ภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรจัดโครงการหรือหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการสร้างระบบนิเวศผู้ประกอบการที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจของคนรุ่นใหม่ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่น ทักษะการบริหารความเสี่ยงและแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ABSTRACT

TITLE : FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO START STARTUP BUSINESSES AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, UBON RATCHATHANI UNIVERSITY
AUTHOR : PATCHARAPONG TAWONGSA
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
ADVISOR : ASST. PROF.COMTAS TASSAWA, Ph.D.
KEYWORDS : STARTUP BUSINESS DECISION-MAKING, SELF-EFFICACY, RISK ACCEPTANCE, SOCIAL NORMS, ENTREPRENEURIAL EDUCATION

This study aimed to examine the factors influencing the decision to initiate start startup businesses among students of the Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University. A mixed-methods research approach was employed, consisting of quantitative and qualitative methods. Quantitative data were collected through questionnaires administered to 460 students, while qualitative data were obtained from in-depth interviews with five startup entrepreneurs. The research instruments included a questionnaire validated for content validity and a semi-structured interview guide. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as multiple regression analysis, were used to analyze the quantitative data.

The findings revealed that all six independent variables—risk acceptance, self-efficacy, attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, social norms, and entrepreneurship education—had a positive and statistically significant influence on students' decisions to initiate start startup businesses at the 0.05 significance level. Among these factors, perceived behavioral control was found to have the strongest influence. The qualitative findings further indicated that direct experience, confidence in one's own capabilities, and support from surrounding social networks played important roles in strengthening the decision to initiate startup ventures.

Based on the research findings, it is recommended that government agencies and educational institutions develop programs and learning activities that emphasize practical learning and the creation of an entrepreneurial ecosystem supportive of

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

startup initiation. Such efforts would contribute to enhancing students' confidence, risk management skills, and entrepreneurial motivation, thereby fostering sustainable startup development in the future.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ก**
บทคัดย่อภาษาไทย	**ข**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	**ค**
สารบัญ	**จ**
สารบัญตาราง	**ช**
สารบัญภาพ	**ซ**
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 สมมติฐานการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ	10
2.2 สถานการณ์สตาร์ทอัพในปัจจุบัน	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีความตั้งใจ	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจ	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	34

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน	36
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	45
4.3 ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ	48
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ	71
5.2 สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ	72
5.3 การบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	73
5.4 การอภิปรายผลวิจัย	74
5.5 ข้อเสนอแนะ	78
5.6 ข้อจำกัดงานวิจัย	82
เอกสารอ้างอิง	**84**
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถาม	91
ข คำถามสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี	97
ค แบบประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม	100

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3.1	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค	33
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามชั้นปีที่ศึกษา	37
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสาขาที่ศึกษา	37
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยรวม	38
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านปัจจัยผลัก	38
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลักด้านการยอมรับความเสี่ยง	39
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลัก ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	40
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลัก ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	40
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านปัจจัยดึง	41
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านการรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม	42
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	43
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	43
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึงทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	44
4.14	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	45
4.15	ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	48

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ผลการจัดอันดับดัชนีระบบนิเวศทางสตาร์ทอัพในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประจำปี 2566	2
1.2	สาเหตุหลักการล้มเหลวของสตาร์ทอัพส่วนใหญ่	3
1.3	ข้อมูลอุปสรรคที่สตาร์ทอัพไทยกำลังเผชิญในปัจจุบัน	4
1.4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
5.1	แนวทางสำหรับผู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	81

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคสมัยที่เศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ได้รับการยอมรับว่า เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างนวัตกรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล ธุรกิจสตาร์ทอัพมีส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และการตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป การเติบโตของสตาร์ทอัพไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรผ่านนวัตกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), 2567: เว็บไซต์)

ประเทศไทยได้กำหนดให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติที่สำคัญ โดยมีธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นกลไกหลักในการผลักดันการเปลี่ยนผ่านสู่โมเดล Thailand 4.0 รายงานดัชนีระบบนิเวศสตาร์ทอัพโลก (StartupBlink, 2023) เผยว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 52 ของโลก ซึ่งปรับตัวดีขึ้น 1 อันดับจากปีก่อนหน้า และอยู่ในอันดับที่ 4 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยกรุงเทพมหานครอยู่ในอันดับที่ 74 ของโลก (ปรับตัวดีขึ้น 25 อันดับ) ความสำเร็จนี้สะท้อนถึงศักยภาพของระบบนิเวศสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยจุดเด่นด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ในใจกลางตลาดขนาดใหญ่ของอาเซียน และมีความใกล้ชิดกับมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างจีนและอินเดีย ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ

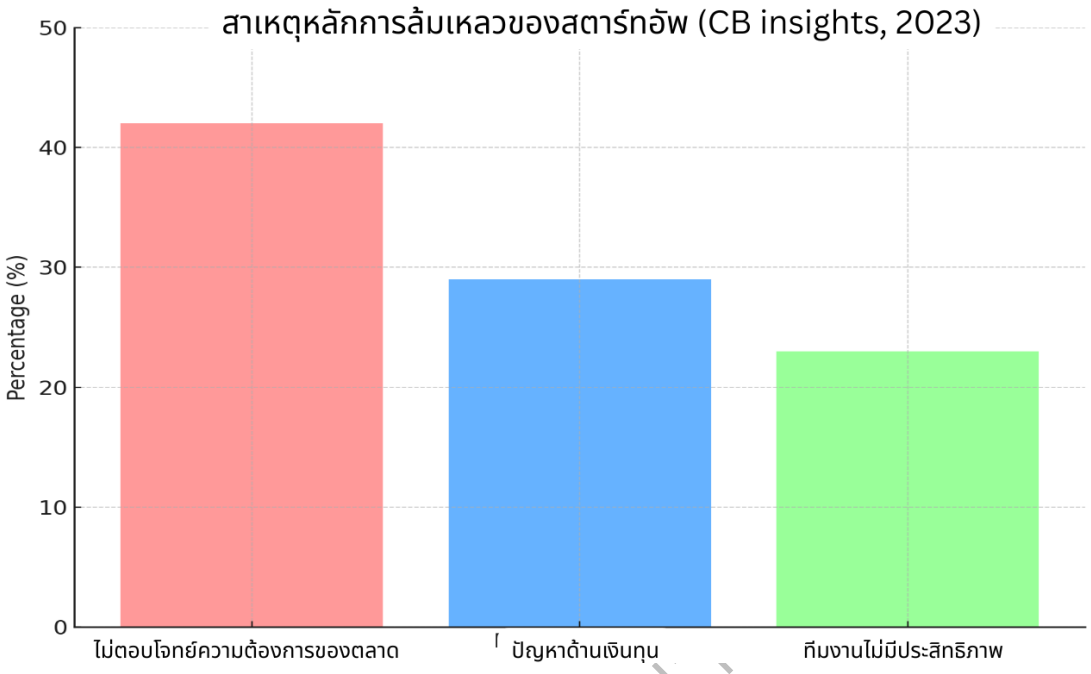
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาพที่ 1.1 ผลการจัดอันดับดัชนีระบบนิเวศทางสตาร์ทอัพในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประจำปี 2566
ที่มา: StartupBlink (023: Website)

นอกจากนี้รัฐบาลไทย มีนโยบาย Thailand 4.0 เป้าหมายเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาค โดยเน้นการพัฒนาทักษะและการบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง NIA มีเป้าหมายหลักในการส่งเสริมกลุ่มนักศึกษาให้เป็นกำลังสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ผ่านการจัดโปรแกรมบ่มเพาะและพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ มีการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนสตาร์ทอัพและการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีได้ช่วยลดอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ และเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น นอกจากนี้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สตาร์ทอัพสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่พร้อมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสตาร์ทอัพยังเผชิญกับความท้าทายสำคัญจากอัตราความล้มเหลวที่อยู่ในระดับสูงโดยข้อมูลระบุว่า สตาร์ทอัพทั่วโลกประมาณร้อยละ 70 ประสบความล้มเหลวภายในระยะเวลา 10 ปีแรก สาเหตุหลักเกิดจากการขาดความต้องการของตลาด ปัญหาด้านการระดมทุนและการบริหารทีมงานที่ไม่เหมาะสม (CB Insights, 2023: Website) ในบริบทของประเทศไทย สตาร์ทอัพส่วนใหญ่ล้มเหลวในช่วง 3 ปีแรก โดยมีสาเหตุสำคัญจากการขาดความเข้าใจตลาดและการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาความรู้ ทักษะ และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน (Startup Genome, 2022: Website)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

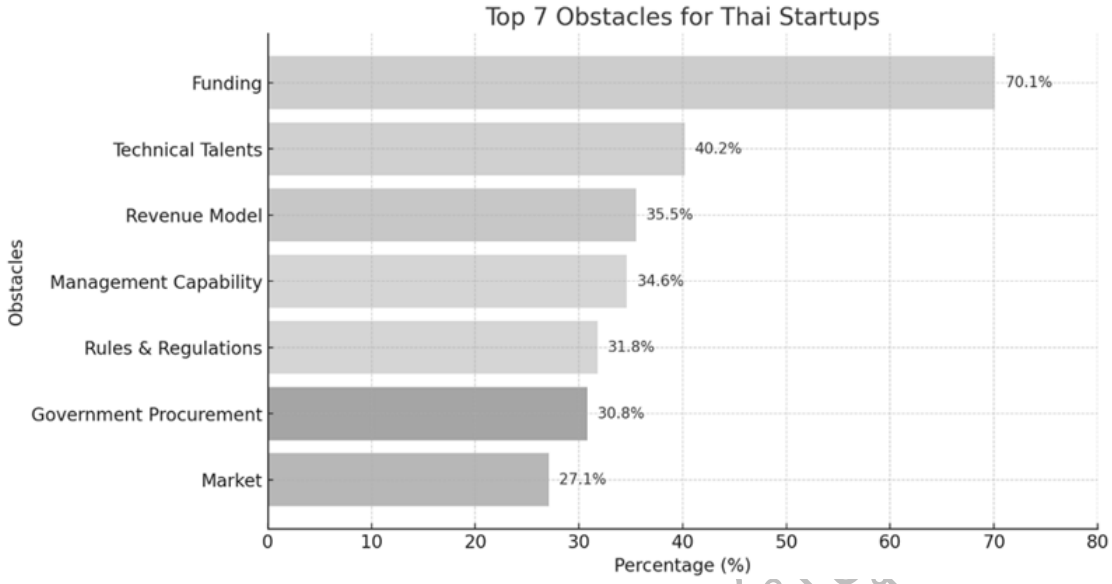


ภาพที่ 1.2 สาเหตุหลักการล้มเหลวของสตาร์ทอัพส่วนใหญ่

ที่มา: CB Insights (2023: Website)

รายงานผลการสำรวจสมาชิกของสมาคมการค้าสตาร์ทอัพไทยและพันธมิตรกว่า 100 ราย พบว่า ในปี 2564 มียอดธุรกิจรวมกันกว่า 11,558 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มียอดธุรกิจรวมกัน 7,500 ล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพในการเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสตาร์ทอัพยังคงเผชิญกับอุปสรรคที่สำคัญในการเติบโต โดยสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ยังมีระดับยอดธุรกิจต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด สะท้อนถึงข้อจำกัดด้านการขยายตัวของธุรกิจ ขณะเดียวกันข้อมูลเกี่ยวกับอุปสรรคของสตาร์ทอัพไทยยังชี้ให้เห็นว่า การขาดแคลนเงินทุน การขาดบุคลากรด้านเทคโนโลยี และปัญหาด้านโมเดลรายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับโครงสร้างรายได้ของสตาร์ทอัพที่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์, 2564)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 1.3 ข้อมูลอุปสรรคที่สตาร์ทอัพไทยกำลังเผชิญในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ (2564)

จากรายงาน Global Startup Ecosystem Index 2023 ระบุว่า ระบบนิเวศสตาร์ทอัพที่มีความพร้อม โดยเฉพาะด้านการศึกษา โครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนทางนโยบาย มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาทุนมนุษย์และการเติบโตของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งสะท้อนบทบาทของนักศึกษาในฐานะกำลังสำคัญของผู้ประกอบการในอนาคต (StartupBlink, 2023: Website) การสนับสนุนในวันนี้จะช่วยให้นักศึกษาที่จะมาเป็นผู้ประกอบการในอนาคตได้รับการช่วยเหลือที่เหมาะสมและลดอัตราความล้มเหลวที่อาจจะเกิดขึ้นได้นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นกลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่ที่เติบโตในยุคดิจิทัล และมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้วยพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ นอกจากนี้ นักศึกษาเหล่านี้มีความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ วิเคราะห์ความต้องการของตลาด และบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญ ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่ม ขีดความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล และสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของสังคม การสนับสนุนจากคณะบริหารศาสตร์ ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์องค์กร การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการ และการประสานงานกับภาคธุรกิจที่เน้นนวัตกรรมช่วยเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการริเริ่มและขยายธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนั้น มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมศักยภาพของนักศึกษา และช่วยลดอัตราความล้มเหลวของสตาร์ทอัพหน้าใหม่ การวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนผ่านการเติบโตของสตาร์ทอัพ

การวิจัยนี้มุ่งสำรวจความต้องการในอนาคตของนักศึกษาต่อสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยสอดคล้องกับข้อค้นพบของ OECD (2023) ซึ่งระบุว่า “ความสามารถในการสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนการเติบโตของสตาร์ทอัพเป็นปัจจัยกำหนดอนาคตของเศรษฐกิจชาติ” มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ได้ตอบสนองต่อความท้าทายนี้ผ่านนโยบายที่พิสูจน์ผลได้จริง เช่น การจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park UBU) ตั้งแต่ปี 2560 ซึ่งดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อบ่มเพาะนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2566: เว็บไซต์) โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ได้ทดสอบแนวคิดธุรกิจในสภาพแวดล้อมจริง นโยบายเหล่านี้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย ตามแผนพัฒนากลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2565–2569) ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยแผนดังกล่าวกำหนดมติและแนวทางการดำเนินงานที่มุ่งเน้น การพัฒนาบัณฑิตให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและระบบเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ส่งเสริมการเรียนรู้ เชิงผู้ประกอบการ การนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2565) ผลจากงานวิจัยนี้จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานตามมติดังกล่าว โดยเอื้อให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถออกแบบกลไกและมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

อนึ่งงานวิจัยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทกว้าง แต่ยังขาดการวิเคราะห์ที่เจาะจงในบริบทของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งมีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น นอกจากนี้ การศึกษาส่วนใหญ่ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นกรอบแนวคิดหลัก ซึ่งอธิบายความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากอิทธิพลของทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ในขณะที่งานวิจัยนี้ นำแนวคิด Push-Pull Motivation Theory มาใช้เพื่อวิเคราะห์และแยกแยะปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึง (Pull Factors) อย่างชัดเจน ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยก่อนหน้านี้ มักเน้นเพียงข้อมูลเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่การศึกษานี้ผสานทั้งสองแนวทางเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ลึกซึ้ง และมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้จะสามารถเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ โดยนำเสนอแนวทางการศึกษาแบบบูรณาการที่ใช้แนวคิด Push-Pull Motivation Theory วิเคราะห์ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดในบริบทของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พร้อมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งยังไม่เคยมีการศึกษาครั้งใดที่ดำเนินการในลักษณะนี้มาก่อน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยผลักและปัจจัยดึงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา

1.2.2 เพื่อส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ

1.2.3 เพื่อทราบและสามารถพัฒนาแนวทางการสนับสนุนผู้ที่ต้องการจะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยผลัก ส่งผลต่อความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.3.2 ปัจจัยดึง ส่งผลต่อความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรด้านผู้ประกอบการในสถาบันการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและแนวโน้มตลาด

1.4.2 ช่วยให้นักศึกษามองเห็นแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพและสามารถนำแนวคิดไปปรับใช้เพื่อให้ประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว

1.4.3 สามารถสนับสนุนการพัฒนาแนวทางหรือกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างนวัตกรรมและโอกาสในการสร้างธุรกิจที่ตอบสนองต่อปัจจัยผลักและดึงดูด

1.4.4 สนับสนุนการพัฒนาระบบนิเวศของสตาร์ทอัพให้เติบโต โดยเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตประชากรของวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

วิจัยเชิงปริมาณ: ศึกษาจากนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 460 คน

วิจัยเชิงคุณภาพ: สัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 คน

1.5.2 ขอบเขตตัวแปร

1.5.2.1 ตัวแปรต้น

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1) ปัจจัยผลัก ประกอบด้วย การยอมรับความเสี่ยง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ การรับรู้ความสามารถของตนเอง

2) ปัจจัยดึง ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.5.3 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา

เชิงปริมาณเก็บข้อมูลภายในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เชิงคุณภาพเก็บข้อมูลภายในจังหวัดอุบลราชธานี

1.5.4 ขอบเขตระยะเวลา

เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างในเดือน เมษายน 2568 ถึง กรกฎาคม 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 สตาร์ทอัพ (Startup) หมายถึง ธุรกิจที่เน้นการสร้างนวัตกรรมหรือมีการใช้นวัตกรรมและมีศักยภาพในการเติบโตและขยายตัวในตลาดอย่างรวดเร็ว

1.6.2 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) หมายถึง ความมุ่งมั่นและความพร้อมทางจิตใจของนักศึกษาที่ต้องการเริ่มต้นหรือดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของตนเองในอนาคต โดยแสดงออกผ่านการวางแผน การเรียนรู้ หรือการเตรียมตัวเพื่อสร้างธุรกิจ

1.6.3 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังภายในหรือภายนอกที่กระตุ้นให้นักศึกษาอยากเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น ความฝันที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ หรือโอกาสจากสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนซึ่งผลักดันให้ลงมือทำตามเป้าหมาย

1.6.4 ปัจจัยผลัก (Push Factors) หมายถึง เหตุผลส่วนตัวที่กระตุ้นให้นักศึกษาอยากเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ความอยากมีอิสระในการทำงาน หรือความรู้สึกอยากพิสูจน์ตัวเองในฐานะผู้ประกอบการ

1.6.5 การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance) หมายถึง ความกล้าของนักศึกษาที่จะเผชิญกับความไม่แน่นอน เช่น การลงทุนเวลา เงิน หรือความพยายามในธุรกิจสตาร์ทอัพ แม้จะมีโอกาสล้มเหลว โดยมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และเติบโต

1.6.6 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง ความมั่นใจของนักศึกษาว่าตนเองมีทักษะและความรู้เพียงพอที่จะเริ่มต้นและบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพได้ เช่น ความสามารถในการวางแผนธุรกิจหรือแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.6.7 ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Attitude Toward Entrepreneurship) หมายถึง ความรู้สึกหรือมุมมองของนักศึกษาที่มีต่อการเป็นเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การมองว่าเป็นโอกาสที่น่าตื่นเต้น หรือเชื่อว่าสามารถสร้างอนาคตที่ดีได้จากการทำสตาร์ทอัพ

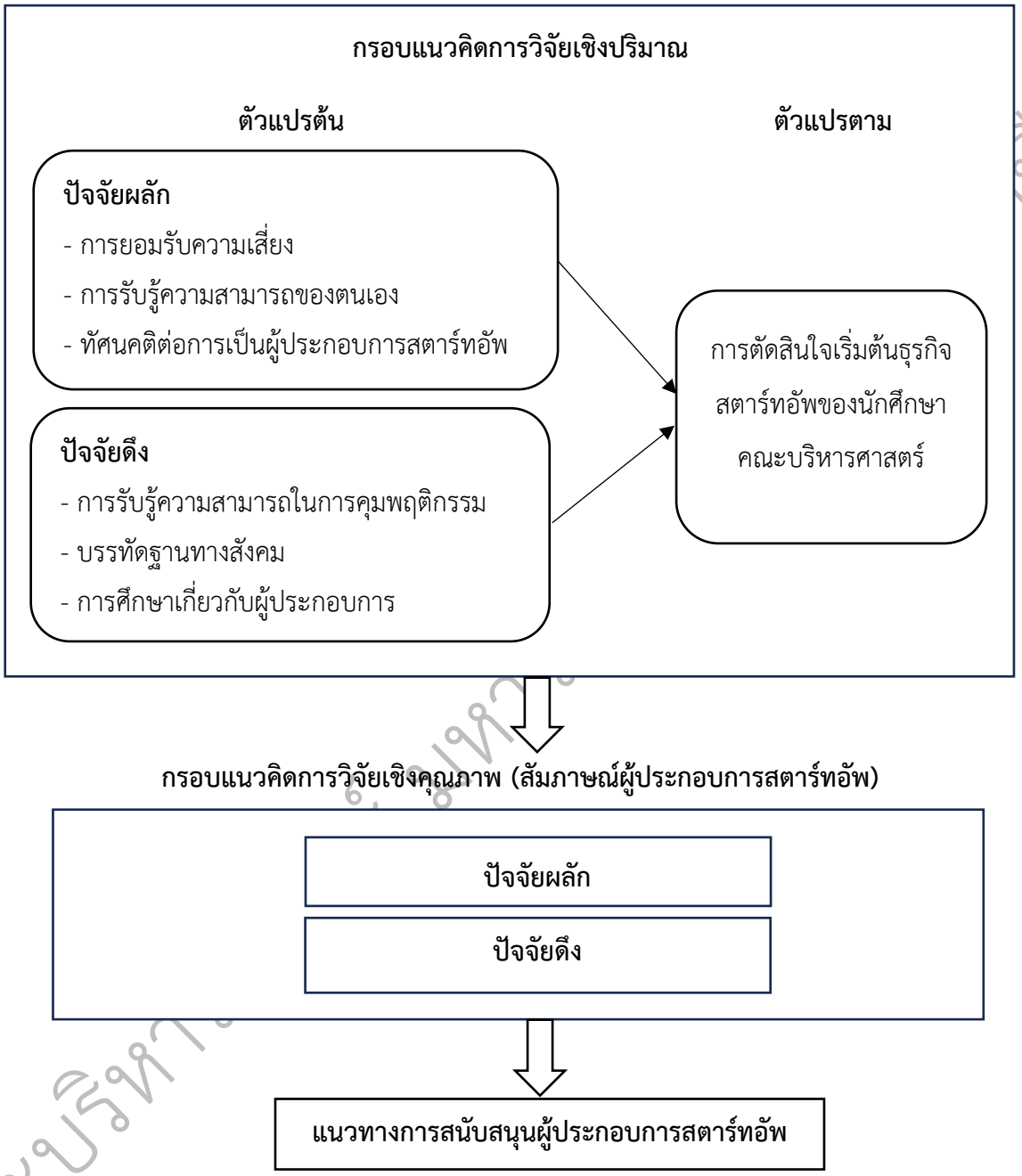
1.6.8 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง สิ่งภายนอกที่ดึงดูดให้นักศึกษาอยากเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย เพื่อน หรือนโยบายรัฐบาล รวมถึงการเห็นตัวอย่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

1.6.9 การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง ความเชื่อของนักศึกษาว่าตนเองสามารถควบคุมการกระทำและจัดการทรัพยากร เช่น เวลาหรือเงินทุน เพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้สำเร็จ

1.6.10 บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) หมายถึง อิทธิพลจากคนรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน หรืออาจารย์ ที่สนับสนุนหรือคาดหวังให้นักศึกษาเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา

1.6.11 การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) หมายถึง ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับจากคณะบริหารศาสตร์ เช่น การเรียนวิชาการจัดการธุรกิจ หรือการเข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ซึ่งช่วยเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย

บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.2 สถานการณ์สตาร์ทอัพในปัจจุบัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความตั้งใจ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ

“สตาร์ทอัพ” (Startup) เป็นคำที่มีการใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่ประวัติความเป็นมาของคำนี้ย้อนกลับไปยังช่วงทศวรรษ 1970-1980 ที่อุตสาหกรรมเทคโนโลยีใน Silicon Valley เริ่มเติบโตขึ้น ธุรกิจสตาร์ทอัพแรก ๆ มักจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ในยุคที่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาด โดยเฉพาะบริษัทอย่าง Apple และ Microsoft ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากแนวคิดของนักพัฒนาและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและการแก้ไขปัญหาเทคโนโลยี แม้ว่าคำว่า “สตาร์ทอัพ” จะยังไม่ได้รับการบัญญัติอย่างชัดเจนในช่วงแรก ๆ แต่การเกิดขึ้นของธุรกิจขนาดเล็กที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วภายใต้แนวคิดการระดมทุนจากนักลงทุนรายใหญ่ ทำให้คำนี้เริ่มถูกใช้อย่างเป็นทางการมากขึ้นในช่วงทศวรรษ 1990 เมื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน การระดมทุนและการขยายตัวของธุรกิจอินเทอร์เน็ตเช่น Amazon, Yahoo และ Google ได้สร้างกระแสใหม่ให้กับโลกธุรกิจ ซึ่งแนวคิดการเติบโตที่รวดเร็วนี้ได้ทำให้คำว่า “สตาร์ทอัพ” ถูกใช้ในการนิยามธุรกิจที่มุ่งเน้นการขยายตัวอย่างรวดเร็วภายใต้ความเสี่ยงสูง ในช่วงปี 2010 เป็นต้นมา คำว่า “สตาร์ทอัพ” ได้ถูกใช้แพร่หลายในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนและภาครัฐทั่วโลก ขณะเดียวกัน ธุรกิจสตาร์ทอัพเริ่มขยายตัวเข้าสู่สาขาต่าง ๆ เช่น การเงิน การศึกษา สุขภาพ และการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงสังคม

ในบริบทของประเทศไทย ธุรกิจสตาร์ทอัพได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้โครงการต่าง ๆ เช่น Thailand 4.0 ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพยังมีบทบาทสำคัญในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การลดการว่างงานของเยาวชน การพัฒนาทักษะดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูง

การสนับสนุนของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการเกิดขึ้นของธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ที่ได้รับการบ่มเพาะทักษะและแนวคิดทางธุรกิจ ผ่านโครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Programs) และการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ในกรณีของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี การวิจัยนี้ มีเป้าหมายเพื่อเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการวางแผนและพัฒนานโยบายของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ

Blank (2013) นักวิชาการและผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีชาวสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นบิดาแห่งสตาร์ทอัพ ได้ให้นิยามไว้ว่า สตาร์ทอัพคือกิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (Business model) ที่ทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable) ดังนั้นหัวใจสำคัญของสตาร์ทอัพอยู่ที่โมเดลธุรกิจ ซึ่งก็หมายถึงรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการของบริษัทในการสร้างรายได้ Blank เน้นย้ำว่า สตาร์ทอัพ ต้องการหาโมเดลธุรกิจที่ Repeatable และ Scalable นั่นคือโมเดลธุรกิจนั้นสามารถสร้างกำไรได้เรื่อย ๆ เพิ่มผู้ใช้ได้เรื่อย ๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งการจะเติบโตอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่อย่างนั้นได้ในปัจจุบันก็คือต้องหาลูกค้าให้มีจำนวนมหาศาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะของการผ่านระบบออนไลน์ในปัจจุบัน

สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2563) อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้กล่าวไว้ว่า สตาร์ทอัพคือธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมและการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีความสำคัญในการเป็น แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งผสานเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับประเทศและระดับโลก นอกจากนี้ สตาร์ทอัพยังเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาสและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) (2567: เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพว่าเป็นกิจการที่มีการดำเนินการเชิงนวัตกรรมที่เน้นการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีความสามารถในการขยายตัวในตลาดโลก การกำหนดนิยามนี้แสดงถึงการมองเห็นศักยภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ ในการเป็นแรงผลักดันสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทยและในระดับสากล

โดยรวมแล้วความเห็นของผู้วิจัยมองว่า สตาร์ทอัพคือ ธุรกิจที่เน้นการสร้างนวัตกรรมหรือมีการใช้นวัตกรรมและมีศักยภาพในการเติบโตและขยายตัวในตลาดอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการเติบโตสูงผ่านการขยายฐานลูกค้าจำนวนมาก โดยเฉพาะผ่านระบบออนไลน์ โมเดลธุรกิจที่ประสบ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ความสำเร็จในสตาร์ทอัพต้องสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและรองรับการเติบโตของผู้ใช้งานได้ในระดับสากล

2.1.2 ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะตัว เน้นการเติบโตที่รวดเร็วและนวัตกรรม ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภทตามเป้าหมายและแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการทำความเข้าใจประเภทเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการประเมินรูปแบบและลักษณะของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ โดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภทหลัก (Robehmed, 2023: Website) ได้แก่

2.1.2.1 ธุรกิจสตาร์ทอัพตามไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Startups)

ธุรกิจประเภทนี้เกิดจากความต้องการของผู้ก่อตั้งในการทำงานในสิ่งที่พวกเขารัก โดยไม่มุ่งเน้นการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่เน้นการสร้างรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิตและสนองความพอใจส่วนบุคคล ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สอนดนตรี ออกแบบกราฟิก หรือการเปิดร้านกาแฟ ซึ่งเป็นงานที่เจ้าของธุรกิจสามารถทำงานด้วยความสุขและอิสระทางการเงิน โดยไม่ต้องการเติบโตไปสู่การเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ความสำเร็จของธุรกิจประเภทนี้มักวัดผลด้วยความพึงพอใจของผู้ก่อตั้ง ไม่ใช่ผลกำไรสูงสุดหรือการครองตลาด

2.1.2.2 ธุรกิจสตาร์ทอัพขนาดเล็ก (Small Business Startups)

ธุรกิจขนาดเล็กที่มักเริ่มต้นจากครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน มุ่งเน้นการให้บริการหรือขายสินค้าภายในชุมชนท้องถิ่น โดยธุรกิจประเภทนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินและการงานในระยะยาว แม้ว่าจะไม่มีความต้องการขยายธุรกิจอย่างกว้างขวาง ตัวอย่างของธุรกิจนี้ได้แก่ ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร หรือบริการซ่อมบำรุงที่เป็นที่รู้จักในชุมชน แม้ว่าจะไม่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนรายใหญ่ แต่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเป็นแหล่งสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน

2.1.2.3 ธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถขยายตัวได้ (Scalable Startups)

ธุรกิจประเภทนี้เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจมากที่สุดในหมู่ผู้ก่อตั้งธุรกิจที่ต้องการเติบโตอย่างรวดเร็วและขยายตลาดในระดับโลก ธุรกิจที่สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วมักเป็นธุรกิจด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น Google, Facebook, หรือ Amazon ซึ่งเป็นตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้การลงทุนขนาดใหญ่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถให้บริการผู้คนจำนวนมากได้พร้อมกัน ธุรกิจเหล่านี้มักพึ่งพาการระดมทุนจากนักลงทุนร่วม (Venture Capital) และมุ่งมั่นที่จะเติบโตจนสามารถครองตลาดในระดับสากลได้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

2.1.2.4 ธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อการขายกิจการ (Buyable Startups)

Buyable startups เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นด้วยเป้าหมายเฉพาะในการถูกซื้อกิจการโดยบริษัทขนาดใหญ่ แนวคิดนี้เป็นที่นิยมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ โดยนักพัฒนาหรือผู้ก่อตั้งจะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่แก้ปัญหาเฉพาะด้าน และเมื่อตลาดเริ่มมีความต้องการสูง ธุรกิจจะถูกซื้อกิจการในราคาสูง ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้คือ Instagram และ WhatsApp ซึ่งถูกซื้อโดย Facebook เพื่อเสริมศักยภาพในการขยายเครือข่ายของบริษัทใหญ่

2.1.2.5 ธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อสังคม (Social Startups)

ธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทนี้เน้นไปที่การแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยมีจุดประสงค์หลัก ในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม มากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลกำไร ตัวอย่างเช่นธุรกิจที่มุ่งมั่นในการให้การศึกษาแก่ชุมชนด้อยโอกาส หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มักจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร หรือองค์กรที่ต้องการส่งเสริมความยั่งยืนและความเป็นธรรมในสังคม

2.1.2.6 ธุรกิจสตาร์ทอัพภายในองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate Startups)

ธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทนี้เกิดขึ้นภายในบริษัทขนาดใหญ่ โดยองค์กรที่มีโครงสร้างที่แข็งแกร่งจะสร้างหน่วยงานหรือโปรเจคใหม่ ๆ ที่ทำงานเสมือนเป็นสตาร์ทอัพ เพื่อทดสอบและพัฒนานวัตกรรมที่มีศักยภาพในการขยายตลาด ตัวอย่างเช่น Google X ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Google ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังมีบริษัทใหญ่ ๆ ที่สร้างแผนกสตาร์ทอัพเพื่อเจาะตลาดเฉพาะด้านหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ

ธุรกิจสตาร์ทอัพแต่ละประเภทมีลักษณะและแนวทางการเติบโตที่แตกต่างกัน สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีอยู่ส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่ม ธุรกิจสตาร์ทอัพขนาดเล็ก และ ธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถขยายตัวได้ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีการเกษตร (AgriTech) และการค้าออนไลน์ (E-Commerce) ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตที่สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจของภูมิภาค ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษากลุ่มเหล่านี้เป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจไปยังตลาดที่กว้างขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐและเอกชน การสัมภาษณ์เชิงลึกจะมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตและความท้าทายที่พบในกระบวนการขยายธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้สามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาสตาร์ทอัพในอนาคต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

2.2 สถานการณ์สตาร์ทอัพในปัจจุบัน

ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากนโยบายของภาครัฐ การสนับสนุนจากภาคเอกชน และบทบาทของมหาวิทยาลัยที่เป็นศูนย์กลางบ่มเพาะผู้ประกอบการ แนวโน้มในอนาคตชี้ให้เห็นว่าสตาร์ทอัพไทยมีแนวโน้มเติบโตในกลุ่ม Deep Tech Startups, AgriTech, FinTech, HealthTech และ E-Commerce ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีโอกาสขยายตัวในระดับสากล

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมสตาร์ทอัพผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น Startup Thailand, Accelerator Programs และกองทุนสนับสนุนสตาร์ทอัพ โดยเน้นการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจนวัตกรรม ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุน และการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการผลักดันให้เกิด Startup Ecosystem ในระดับภูมิภาค เพื่อกระจายโอกาสและส่งเสริมการเติบโตของสตาร์ทอัพในต่างจังหวัด (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), 2567: เว็บไซต์)

ภาคการศึกษา มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ โดยมหาวิทยาลัยหลายแห่งได้เปิดสอนหลักสูตรด้าน นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship and Innovation) ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง และส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ นอกจากนี้ สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งยังได้จัดตั้ง ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Centers) เพื่อให้การสนับสนุนด้านคำปรึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการเข้าถึงแหล่งทุน ทั้งยังมีความร่วมมือกับภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐในการจัดโครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ (Startup Incubation Programs) ที่ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยการสร้างเครือข่ายกับนักลงทุน และสนับสนุนการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), 2567: เว็บไซต์; กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสตาร์ทอัพในระดับภูมิภาคผ่านหลายโครงการสำคัญ เช่น UBU Science Park ซึ่งเป็นอุทยานวิทยาศาสตร์ที่ให้การสนับสนุนด้านการออกแบบนวัตกรรม การบ่มเพาะธุรกิจ และให้คำปรึกษาด้านการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ยังมี UBU Startup Incubator ที่ช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมอบรมและให้คำแนะนำด้านกลยุทธ์ธุรกิจและการเข้าถึงแหล่งทุน โครงการ Smart Startup Company by GSB Startup ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและธนาคารออมสิน ได้ช่วยสนับสนุนเงินทุนให้กับนักศึกษาที่มีไอเดียธุรกิจที่พร้อมดำเนินการจริง อีกทั้ง มหาวิทยาลัยยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) และ ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Bank) เพื่อส่งเสริมสตาร์ทอัพในกลุ่ม AgriTech และ E-Commerce ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและเหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุบลราชธานี การสนับสนุนจาก

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเหล่านี้ ช่วยเสริมสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพระดับภูมิภาค และเปิดโอกาสให้นักศึกษาและผู้ประกอบการรายใหม่สามารถนำความรู้และนวัตกรรมไปพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้ในอนาคต (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2565; ธนาคารออมสิน, 2565; สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความตั้งใจ

2.3.1 ความหมายของความตั้งใจ (Intention)

ในงานวิจัยร่วมของ Fishbein and Ajzen (1975) อธิบายว่า ความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้ความพร้อมของบุคคลในการดำเนินการพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ความตั้งใจที่แข็งแรงจะเพิ่มโอกาสที่บุคคลจะลงมือทำในสิ่งที่ตั้งใจไว้ และความตั้งใจนี้ถูกสร้างขึ้นจากทัศนคติของบุคคล ความเชื่อเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)นี้ ความตั้งใจยังเป็นปัจจัยสำคัญในทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (Theory of Planned Behavior) ที่ระบุว่าความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมเกิดจากปัจจัยสามประการ คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ในการศึกษาของ Ajzen (1991) ความตั้งใจ ถูกมองว่า เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior - TPB) โดย Ajzen ระบุว่า ความตั้งใจ ประกอบด้วยเจตคติ (Attitude) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ (Perceived Behavioral Control) ซึ่งทั้งหมดนี้ร่วมกันเป็นตัวกำหนดความตั้งใจของบุคคล Ajzen อธิบายว่าความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลนั้นจะมีแนวโน้มแค่ไหนในการลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยความตั้งใจที่มีความชัดเจนจะนำไปสู่พฤติกรรมที่แน่นอนมากขึ้น เช่น การตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือทำงานให้สำเร็จตามที่คาดหวัง

นอกจากนี้ ความตั้งใจยังถูกอธิบายว่า เป็นกระบวนการที่บุคคลตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จตามแผนที่วางไว้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งเจตนารมณ์และการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านั้น ความตั้งใจมักจะสะท้อนถึงความมุ่งมั่นที่ชัดเจนในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจภายในและภายนอกที่จะนำไปสู่การปฏิบัติซึ่ง Sheeran (2002) กล่าวว่า ความตั้งใจ เป็นสิ่งที่ทำนายพฤติกรรมได้อย่างแม่นยำ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่บุคคลมีความสามารถและทรัพยากรที่จะทำตามความตั้งใจของตน การศึกษาพบว่าความตั้งใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมอย่างมาก และการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนช่วยเพิ่มโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จ

ในความเห็นของผู้วิจัย ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง กระบวนการภายในที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและความปรารถนาของบุคคลที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต ความตั้งใจเป็นตัวชี้นำการกระทำและการตัดสินใจ โดยเป็นผลมาจากทัศนคติ ความเชื่อเกี่ยวกับแรงสนับสนุนจากสังคม และ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตน ความตั้งใจที่ชัดเจนและแข็งแรงจะเพิ่มโอกาสในการลงมือทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย ความตั้งใจไม่ได้เป็นเพียงแค่ความคิด แต่เป็นแรงผลักดันที่นำไปสู่การกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ โดยบุคคลที่มีความตั้งใจแน่ว แน่จะมีแนวโน้มที่จะใช้ทรัพยากรและความสามารถของตนเพื่อเอาชนะอุปสรรคและบรรลุผลสำเร็จที่ต้องการ

2.3.2 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention)

Bird (1988) ได้อธิบายถึงความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นการวางแผนและกำหนดทิศทางของบุคคลในการก่อตั้งธุรกิจ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยทางจิตวิทยาเช่น การวางแผนส่วนบุคคล ทัศนคติ และเป้าหมายในระยะยาว ความตั้งใจนี้ ถือเป็น “แรงกระตุ้นเริ่มต้น” ของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ และเป็นตัวแปรสำคัญที่คาดการณ์ความสำเร็จในอนาคตของธุรกิจ

Ajzen (1991) ให้ความหมาย ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจที่สะท้อนถึงความตั้งใจและความมุ่งมั่นของบุคคลที่จะเริ่มต้นหรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ความตั้งใจนี้จะเป็นตัวบ่งชี้สำคัญในการคาดการณ์ว่า บุคคลจะก้าวเข้าสู่บทบาทของผู้ประกอบการหรือไม่ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน เช่น ทัศนคติ ความมั่นใจในตนเอง และแรงจูงใจ รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น บรรทัดฐานทางสังคมและการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อม

Fayolle and Gailly (2004) อธิบายว่า ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ คือกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจภายในและการประเมินโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งบุคคลจะพิจารณาจากความรู้ ความเชื่อ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนโดย เน้นว่าความตั้งใจนี้เป็นตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมที่คาดการณ์ความน่าจะเป็นในการสร้างธุรกิจใหม่ และได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวและทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง

จากการศึกษาความหมายจากนักวิจัยหลายท่าน ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายในมุมมองของตนเองได้ดังนั้น ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและความตั้งใจของบุคคลในการเริ่มต้นหรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างปัจจัยภายใน เช่น ทัศนคติ ความเชื่อมั่นในตนเอง การวางแผน และแรงบันดาลใจส่วนบุคคล กับปัจจัยภายนอก เช่น บรรทัดฐานทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และการประเมินโอกาสทางธุรกิจ ความตั้งใจนี้มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมในอนาคต และความเป็นไปได้ในการประสบความสำเร็จในบทบาทของผู้ประกอบการ

2.3.3 ลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics)

ลักษณะของผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาที่ช่วยอธิบายว่าบุคคลใดมีแนวโน้มที่จะริเริ่มและพัฒนาธุรกิจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในสาขาผู้ประกอบการ โดยสามารถจำแนกคุณลักษณะสำคัญตามทฤษฎีของนักวิจัยต่าง ๆ ได้ ดังนี้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2.3.3.1 ความมุ่งมั่นใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement)

McClelland (1961) อธิบายว่าผู้ประกอบการมักมีความต้องการประสบความสำเร็จสูง ต้องการท้าทายขีดความสามารถของตนเอง และมักเลือกทำกิจกรรมที่สามารถประเมินผลสำเร็จได้อย่างชัดเจน คุณลักษณะนี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้บุคคลพร้อมรับความเสี่ยงและตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจใหม่

2.3.3.2 การยอมรับความเสี่ยง (Risk-taking Propensity)

Knight (1921) ระบุว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องสามารถตัดสินใจภายใต้สภาวะไม่แน่นอนได้และต้องยอมรับความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ทั้งหมด การยอมรับความเสี่ยงจึงไม่ได้หมายถึงการเสี่ยงโดยขาดเหตุผล แต่หมายถึงความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างรอบคอบและเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดตามเงื่อนไขทางธุรกิจ

2.3.3.3 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Innovativeness)

Schumpeter (1934) มองว่าผู้ประกอบการคือ “ผู้สร้างนวัตกรรม” (Innovators) ที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจผ่านสินค้า บริการ หรือกระบวนการใหม่ ความสามารถในการคิดนอกกรอบและแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ จึงเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะในธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.3.3.4 ความเพียรพยายามและความยืดหยุ่น (Perseverance and Resilience)

Markman and Baron (2003) ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการต้องเผชิญความท้าทายและความไม่แน่นอนอยู่เสมอ ความเพียรพยายามและความยืดหยุ่นทางอารมณ์ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถฟื้นตัวจากความล้มเหลว ปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม และเดินหน้าธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

2.3.3.5 การเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Entrepreneurial Self-efficacy)

Bandura (1997) บุคคลที่มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถจัดการงานหรือบรรลุเป้าหมายได้ จะมีแนวโน้มลงมือทำและพยายามจนกว่าจะสำเร็จ ในบริบทผู้ประกอบการ การมี Self-efficacy สูงช่วยส่งเสริมความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจและช่วยให้สามารถรับมือกับอุปสรรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดของนักวิชาการด้านผู้ประกอบการทั้งห้าทฤษฎี สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนว่าลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วยองค์ประกอบเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาที่เสริมแรงซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมักมีแรงผลักดันจากภายในสูง มีทักษะในการจัดการความเสี่ยง สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ฟื้นตัวจากความล้มเหลวได้อย่างรวดเร็ว และมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง คุณลักษณะทั้งหลายนี้สะท้อนให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เกิดจากปัจจัยเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นการผสมผสานของแรงจูงใจ ความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และความ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มั่นใจ ซึ่งร่วมกันผลักดันให้บุคคลสามารถริเริ่มและพัฒนาธุรกิจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ต้องเผชิญความไม่แน่นอนสูงและการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2.4 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจ

2.4.1 ความหมายของแรงจูงใจ (Motivation)

Maslow (1943) อธิบายว่า แรงจูงใจ คือ พลังหรือกระบวนการที่เกิดจากความต้องการภายในของบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ทฤษฎีนี้ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละลำดับขั้น ตั้งแต่ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพ เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ไปจนถึงความต้องการที่สูงขึ้น เช่น ความเคารพนับถือ (esteem) และการบรรลุศักยภาพของตนเอง (self-actualization) โดยบุคคลจะมีแรงจูงใจที่จะเติมเต็มความต้องการในระดับที่ยังไม่บรรลุก่อน จากนั้นจึงค่อยขยับไปยังลำดับขั้นต่อไป อย่างไรก็ตาม Alderfer (1969) ได้นำเสนอทฤษฎี ERG ที่โต้แย้งว่า ความต้องการของมนุษย์ไม่ได้เรียงลำดับอย่างตายตัวเช่นนั้น แต่สามารถเกิดขึ้นพร้อมกันได้ และหากบุคคลไม่สามารถเติมเต็มความต้องการในระดับสูงได้ ก็อาจย้อนกลับมาให้ความสำคัญกับความต้องการระดับต่ำกว่าได้อีกด้วย

ในทฤษฎีของ Dann (1977) เกี่ยวกับ “Push and Pull Motivation” โดยอธิบายว่า แรงจูงใจ คือปัจจัยหรือพลังที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการหรือแรงผลักดันในการกระทำบางอย่าง เขามองว่าแรงจูงใจแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก แรงจูงใจแบบผลัก (Push Motivation) เป็นแรงกระตุ้นภายในที่เกิดจากความต้องการหรือความรู้สึกของบุคคล เช่น ความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน ความต้องการค้นหาประสบการณ์ใหม่ หรือความต้องการการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นพลังที่ผลักดันให้บุคคลเริ่มพิจารณาการเดินทางหรือทำกิจกรรมบางอย่าง และแรงจูงใจแบบดึงเป็นแรงดึงดูดจากปัจจัยภายนอกที่ทำให้บุคคลรู้สึกอยากเข้าร่วมกิจกรรมหรือไปยังสถานที่ปลายทางที่เฉพาะเจาะจง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหรือมีกิจกรรมที่น่าสนใจที่สอดคล้องกับความต้องการภายในของผู้เดินทาง

ในทฤษฎีการกำกับตนเอง Deci และ Ryan (1985) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจสองประเภท คือ แรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) และแรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) แรงจูงใจภายในหมายถึงการกระทำที่ทำไปเพราะรู้สึกพึงพอใจหรือมีความสนใจในกิจกรรมนั้น เช่น การเรียนรู้เพราะต้องการรู้มากขึ้น ส่วนแรงจูงใจภายนอกคือการทำเพื่อให้ได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากภายนอก เช่น การทำงานเพื่อเงินเดือนหรือสถานะในสังคม

ในความเห็นของผู้วิจัย แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังหรือปัจจัยที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งสร้างแรงผลักและแรงดึงเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

อย่างที่ต้องการ ดังนั้นแรงจูงใจจะเป็นพลังที่กระตุ้นและสนับสนุนให้บุคคลสามารถเผชิญและดำเนินการไปในทิศทางที่ต้องการ โดยตอบสนองทั้งความต้องการภายในและแรงดึงดูดภายนอกที่เอื้อต่อการดำเนินการนั้น โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกใช้ทฤษฎี Push and Pull Motivation เนื่องจากทฤษฎีนี้มีความเหมาะสมในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งจากภายในและภายนอกที่ผลักดันและดึงดูดนักศึกษาให้เริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในฐานะผู้ประกอบการ ซึ่งในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจนั้น ผู้วิจัยคาดว่าแรงผลักจะประกอบด้วยปัจจัย เช่น ความต้องการอิสระในการดำเนินชีวิต และความต้องการความสำเร็จ ในขณะที่แรงดึงจะเป็นปัจจัย เช่น สนับสนุนจากภาครัฐ นโยบายที่เอื้อต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือการมองเห็นแบบอย่างที่ประสบความสำเร็จในสังคม ทั้งนี้ทฤษฎี Push and Pull Motivation จะช่วยให้การศึกษาครั้งนี้สามารถวิเคราะห์และแยกแยะปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.4.2 ทฤษฎีแรงจูงใจแบบ Push-Pull (Push-Pull Motivation Theory)

Dann (1977) กล่าวถึงแนวคิด Push-Pull โดยได้อธิบายว่าแรงจูงใจแบบ Push คือปัจจัยภายในที่ผลักดันบุคคลให้ต้องการเปลี่ยนแปลงหรือหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ในชีวิต เช่น ความเครียดจากงาน ความซ้ำซากจำเจ หรือความรู้สึกแปลกแยกซึ่งกระตุ้นความต้องการ ทางจิตวิทยา เช่น การค้นพบตัวเองหรือการหลีกหนี ในขณะเดียวกันแรงจูงใจแบบ Pull คือปัจจัยภายนอกที่ดึงบุคคล เช่น เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือโอกาสในการทำกิจกรรมที่ไม่สามารถหาได้ในชีวิต เขายังชี้ว่าแรงจูงใจทั้งสองมักทำงานร่วมกัน โดย Push เป็นตัวกระตุ้นเริ่มแรก และ Pull เป็นตัวเลือกทิศทาง

Crompton (1979) ขยายความแนวคิด Push-Pull โดยระบุว่าแรงจูงใจแบบ Push เกี่ยวข้องกับความต้องการทางจิตใจหรือสังคม เช่น การลดความเครียด การสร้างความสัมพันธ์ใหม่ หรือการหลีกหนีความจำเจในชีวิต ส่วนแรงจูงใจแบบ Pull คือการดึงดูดใจจากแหล่งปลายทาง เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความแปลกใหม่ของวัฒนธรรม หรือสิ่งดึงดูดทางกายภาพและกิจกรรมที่มีให้ในสถานที่นั้น Crompton ยังเน้นว่า Push เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทาง ในขณะที่ Pull มีบทบาทในการเลือกจุดหมายปลายทาง

Iso-Ahola (1982) ชี้ว่าแรงจูงใจแบบ Push มักเกี่ยวข้องกับความจำเป็นทางอารมณ์และจิตใจ เช่น การลดความเบื่อหน่ายหรือการค้นหาความหมายใหม่ ในทางกลับกัน แรงจูงใจแบบ Pull มีลักษณะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจจากภายนอก เช่น ประสบการณ์ทางสังคม ความแปลกใหม่ของสถานที่ หรือโอกาสในการได้รับความพึงพอใจที่ไม่สามารถหาได้จากชีวิตประจำวัน Iso-Ahola ยังกล่าวว่าความสมดุลระหว่างแรงจูงใจสองประเภทนี้สามารถอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Gnoth (1997) เสนอว่าแรงจูงใจแบบ Push และ Pull มีพื้นฐานมาจากแนวคิดจิตวิทยาแรงจูงใจเชิงมนุษยนิยม โดย Push เป็นแรงจูงใจภายใน เกิดจากปัจจัยภายในของบุคคลเอง เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางหรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เช่น ความต้องการความเป็นอิสระ การยอมรับ หรือการพัฒนาตนเอง ส่วน Pull เป็นแรงดึงภายนอกจากแหล่งปลายทาง เช่น การดึงดูดจากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติหรือสังคม Gnoth ยังเน้นว่า Push เป็นตัวกำหนดว่า “ทำไม” ผู้คนต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขณะที่ Pull ช่วยตอบคำถามว่า “ที่ไหน” หรือ “อย่างไร”

ในความเห็นของผู้วิจัย ปัจจัยผลัก (Push Factors) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยภายในของบุคคล ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้บุคคลต้องการเปลี่ยนแปลง ความต้องการความสำเร็จส่วนบุคคล หรือแรงบันดาลใจที่จะบรรลุเป้าหมายใหม่ ๆ ในชีวิต ตัวอย่างเช่น การแสวงหาอิสระในอาชีพ การพัฒนาทักษะใหม่ หรือการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ปัจจัยผลักดันจึงเป็นพลังขับเคลื่อนที่มาจากความต้องการส่วนลึกในจิตใจของบุคคลที่ผลักให้พวกเขาตัดสินใจเริ่มต้นการกระทำใหม่ เช่น การก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพ ในขณะที่ปัจจัยดึง (Pull Factors) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้บุคคลเลือกดำเนินการในทิศทางที่กำหนด เช่น โอกาสในการสร้างรายได้ที่สูงขึ้น การสนับสนุนจากภาครัฐหรือสถาบันการศึกษา ตลอดจนตัวอย่างความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สร้างแรงบันดาลใจ ปัจจัยดึงดูดมีบทบาทในการชี้นำหรือยืนยันการตัดสินใจของบุคคล โดยเฉพาะในบริบทของการเริ่มต้นธุรกิจที่ต้องการการสนับสนุนและแรงจูงใจจากสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิด Push-Pull Motivation Theory ของ Gnoth เนื่องจากให้ความสำคัญกับแรงผลักภายในที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพัฒนาตนเอง ความเป็นอิสระ และความสำเร็จ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มักพบในกลุ่มนักศึกษาที่มีความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ มากกว่าการตัดสินใจจากความเบื่อหน่ายหรือความต้องการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ แนวคิดของ Gnoth ยังเชื่อมโยงกับทฤษฎีจิตวิทยามนุษยนิยม ซึ่งมองว่าแรงจูงใจของบุคคลเกิดจากความต้องการทางจิตใจที่สูงขึ้น เช่น การเติมเต็มศักยภาพของตนเองและการได้รับการยอมรับจากสังคม อีกมิติหนึ่งที่ทำให้แนวคิดของ Gnoth เหมาะสม คือ การมอง Pull Factors ไม่เพียงแค่เป็นองค์ประกอบภายนอกที่ดึงดูดใจ แต่ยังรวมถึงการรับรู้โอกาสและปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการตัดสินใจ เช่น การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย นโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการของรัฐ และเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลที่สามารถใช้พัฒนาแนวทางสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญกมล ดอนขวา และคณะ (2562) ศึกษาความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษาที่มีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในหลักสูตรการจัดการหรือบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศหรือนิเทศศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัย พบว่า (1) นักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 มีระดับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ในภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 (2) ปัจจัยทัศนคติด้านพฤติกรรม และด้านความรู้/ความเข้าใจ มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ด้วยค่าอิทธิพล 0.512 และ 0.137 ตามลำดับ ยกเว้นทัศนคติด้านความรู้สึกไม่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup และ (3) นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่เรียนในหลักสูตรการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างในระดับทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ และด้านความรู้สึก โดยนักศึกษาในหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนิเทศศาสตร์มีระดับความรู้ความเข้าใจในระดับที่มากกว่าหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกพบว่ามีความแตกต่างกันน้อยมาก ผลการศึกษานี้มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของที่มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา เนื่องจากสามารถนำแนวทางการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการศึกษามาประยุกต์ใช้ได้

กุลฑริกา สุขสวัสดิ์ และเมธินี วงศ์วานิช รัมภกาภรณ์ (2565) ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนิสิตระดับ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อการกระทำ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม กลุ่ม ตัวอย่างได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน จำนวนทั้งหมด 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติได้แก่ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาเชิงพรรณนาพบว่า (1) ความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน ในภาพรวม ด้านทัศนคติต่อการกระทำ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (2) ด้านทัศนคติต่อการกระทำ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (3) ด้านบรรทัดฐาน ทางสังคม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (4) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (5) ความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง งานวิจัยได้นำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในบริบทของประเทศไทย

นุชจรี ภักดีจอหอ (2565) ศึกษาอิทธิพลของทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้สมรรถนะของตนเอง ที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 415 คน ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1-3 ในระดับปริญญาตรี จาก 12 สาขาวิชา เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 18- 25 ปี ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างยืนยันอิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและการรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการรับรู้สมรรถนะของตนเองและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นั่นคือ อิทธิพลของบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและการรับรู้สมรรถนะของตนเองที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการถูกคั่นกลางด้วยทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ งานวิจัยได้นำแนวคิดนี้มาพิจารณาในการวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา

กุลวดี จันทร์วิเชียร และอรจันทร์ ศิริโชติ (2566) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 27.30 คณะที่กำลังศึกษาส่วนใหญ่คือ วิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 42 ผลการเรียน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3.01-4.00 คิดเป็นร้อยละ 57 การมีประสบการณ์ทำงาน/ฝึกงาน ส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ทำงาน/ฝึกงาน คิดเป็นร้อยละ 90.75 และการมีครอบครัวเป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ไม่เป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 96.00 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ทัศนคติ รองลงมา คือ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ ร้อยละ 65.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การคล้อยตามบุคคลอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดนี้มาใช้พิจารณาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พีรวัส หนูเกตุ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2541- 2555 ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือกำลังทำงานและรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน และสถิติการวิเคราะห์พหุสัมพันธ์เชิงถดถอยด้วยวิธีการตัดทิ้งแบบถอยหลัง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการเป็นผู้ประกอบการโดยมีความเห็นว่านวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก บรรทัดฐานของสังคมอยู่ในระดับสูงโดยมีความเห็นว่าบุคคลสำคัญจะเป็นผู้สนับสนุนและให้กำลังใจในการทำธุรกิจ การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางโดยให้ความสำคัญกับคู่แข่งเป็นอันดับแรกและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะพยายามให้มีธุรกิจเป็นของตนเอง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้แก่ ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้มีความเชื่อมโยงกับงานวิจัย เนื่องจากทัศนคติเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่เรานำมาวิเคราะห์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา

รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อสำรวจบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ คุณสมบัติของ ผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (2) เพื่อวิเคราะห์ องค์ประกอบของบรรทัดฐานทางสังคมทัศนคติ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็น ผู้ประกอบการ (4) เพื่อค้นหารูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ๆ ละ 30 คน รวมจำนวน 1,140 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ตอบแบบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุค ประเทศไทย 4.0 ทุกด้านอยู่ในระดับมาก (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.74-0.98 ผลการทดสอบความสอดคล้อง กลมกลืนของโมเดลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปรากฏว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิง ประจักษ์ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 สูงสุด คือ ทัศนคติ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

รองลงมาคือ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทาง สังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.64 0.21 และ 0.15 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ร้อยละ 96 และปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงสุดคือ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ทัศนคติ และบรรทัดฐานทางสังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากัน งานวิจัยนี้จึงนำแนวคิดนี้ มาใช้พิจารณาบริบทของแรงสนับสนุนทางสังคมในกลุ่มนักศึกษา

มณฑล สรไกรกิติกูล, พีรสุทธิ์ บุญแก้วสุข และพัชรพงศ์ คำจุมปา (2567) ศึกษาแรงบันดาลใจด้านการประกอบธุรกิจของนักศึกษาและปัจจัยสนับสนุนทางธุรกิจในระดับสูงที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจ การศึกษานี้มุ่งเติมเต็มช่องว่างของการวิจัยในบริบทของประเทศไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ โดยใช้โดลทฤษฎีพฤติกรรมวางแผนของ Ajzen (Theory of Planned Behaviour: TPB) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจในหมู่นักศึกษาระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์ผลกระทบของการศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และการสนับสนุนจากสังคมและรัฐบาลในการกำหนดความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ การวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 426 คน ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการประกอบธุรกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ตามมาด้วยการรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การสนับสนุนทางสังคม การศึกษาด้านการประกอบธุรกิจ และการสนับสนุนจากรัฐบาลนอกจากนี้ การวิจัยพบข้อค้นพบที่ไม่คาดคิดว่าการสนับสนุนจากรัฐบาลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจบ่งชี้ถึงข้อบกพร่องของนโยบายในปัจจุบัน ผลการวิจัยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อการประกอบธุรกิจ การเพิ่มการศึกษาด้านการประกอบธุรกิจ การสนับสนุนเครือข่ายสังคม และการทบทวนนโยบายของรัฐบาล เพื่อสนับสนุนความตั้งใจในการประกอบธุรกิจในหมู่นักศึกษาและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศไทย งานวิจัยได้นำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีในบริบทของธุรกิจ Startup

Mei, Lee and Xiang (2020) ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษาในจีน และสำรวจอิทธิพลของการศึกษาด้านผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจนักศึกษา พบว่าระดับการศึกษาด้านผู้ประกอบการที่นักศึกษาได้รับส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตนเองในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการยังมีบทบาทเป็นตัวแปรกลางที่สำคัญระหว่างการศึกษาด้านผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างในบริบทของจีนเมื่อเปรียบเทียบกับตะวันตก และเสนอแนวทางในการปรับปรุงการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจีนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น งานวิจัยนี้ นำแนวคิดนี้มาพิจารณาถึงปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาดของนักศึกษาไทย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Amofah and Saladrigues (2022) ศึกษาความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) โดยใช้ “ทฤษฎีพฤติกรรมวางแผน” (Theory of Planned Behaviour: TPB) ของ Ajzen (1991) เป็นกรอบแนวคิด โดยเน้นบทบาทของเพศในด้านการศึกษาเชิงผู้ประกอบการและแบบอย่าง (Role Models) หรือการประกอบธุรกิจของผู้ปกครอง (Parental Self-Employment: PSE) ผ่านการวิเคราะห์แบบหลายกลุ่ม (Multi-Group Analysis: MGA) ข้อมูลถูกรวบรวมผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในสเปนจำนวน 216 คน โดยใช้การวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้าง (SEM) และการประมาณแบบ Partial Least Square (PLS) ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มรวมและกลุ่มเพศชายสนับสนุนสมมุติฐานหลักทั้งหมด 5 ข้อ ขณะที่กลุ่มเพศหญิงสนับสนุนเพียง 4 ข้อ การวิจัยนี้เสนอให้มีการบรรจุการฝึกงาน วิชาเลือก และการจัดสัมมนาเพื่อส่งเสริมจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการในหมู่นักศึกษา ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารูปแบบ TPB ใช้ได้กับการศึกษาเรื่องความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการ แต่ความสัมพันธ์ระหว่าง PSE กับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC) มีความเข้มข้นมากกว่าในเพศชาย ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญต่อผู้สอน ผู้ประเมินโครงการ และผู้กำหนดนโยบายด้านการศึกษาเชิงผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้จึงนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ในบริบทของสถาบันการศึกษาไทย

Al Halbusi, Soto-Acosta and Popa (2022) ศึกษาความหลงใหลในผู้ประกอบการ แบบอย่างของผู้ประกอบการ และการรับรู้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ (e-entrepreneurial intention) อย่างไร รวมถึงบทบาทของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะตัวแปรกำกับ การวิจัยดำเนินการกับนักศึกษามหาวิทยาลัยในอิรักจำนวน 354 คน โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทั้งสามมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ และบทบาทของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มผลกระทบของความหลงใหลในผู้ประกอบการและการรับรู้ความคิดสร้างสรรค์ต่อความตั้งใจดังกล่าว งานวิจัยนี้มีคุณค่าในการช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ในเศรษฐกิจดิจิทัล งานวิจัยนี้จึงนำข้อมูลนี้มาใช้พิจารณาบทบาทของนโยบายภาครัฐต่อการตัดสินใจของนักศึกษา

Martins, Shahzad and Xu (2023) ศึกษาปัจจัยที่สร้างและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มเยาวชนเพื่อเริ่มโครงการประกอบการ โดยสำรวจผลของความมั่นใจในตนเอง การสนับสนุนจากครอบครัว สถาบัน และเพื่อนร่วมงานต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยเหล่านี้คาดว่าจะช่วยสร้างความตั้งใจในกลุ่มบัณฑิตใหม่ในการเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง การศึกษาใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และประเมินข้อมูลที่เก็บได้ผ่านสถิติเชิงพรรณนาและอนุมานโดยใช้ SPSSและ SMART-PLS 3.3 ในการวิเคราะห์ผล ข้อมูลถูกรวบรวมจากนักศึกษาในระดับปริญญาโท ที่ลงทะเบียนในมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านธุรกิจของปากีสถาน โดยมีผู้เข้าร่วม 716 คน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความมั่นใจในตนเอง การสนับสนุนจากเพื่อน การสนับสนุนจาก

สถาบันและการสนับสนุนจากครอบครัว มีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการรับความเสี่ยง และนวัตกรรมทางธุรกิจ ยังมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษานี้ได้อภิปรายผลทั้งหมดและยังพูดถึงปัจจัยทางทฤษฎีและปฏิบัติที่มีความสำคัญต่อการสร้างนโยบายที่เหมาะสมอีกด้วย งานวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิดนี้มาเปรียบเทียบกับปัจจัยแรงจูงใจของนักศึกษาไทย

Hai (2024) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพ ทุนมนุษย์ และสภาพแวดล้อมรอบตัวต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรมของนักศึกษา โดยผ่านตัวกลางคือการรับรู้ความต้องการและแนวโน้มในการรับความเสี่ยง โดยใช้เครื่องมือวิจัย SPSS 26 และ AMOS 26 ในการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานของโมเดลเชิงโครงสร้างเชิงเส้น ข้อมูลการวิจัยถูกเก็บจากการสัมภาษณ์นักศึกษาในมหาวิทยาลัยจำนวน 1,046 คนในเวียดนาม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบุคลิกภาพ ทุนมนุษย์ สภาพแวดล้อมรอบตัว การรับรู้ความต้องการ และแนวโน้มในการรับความเสี่ยง มีผลกระทบเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรมของนักศึกษา ซึ่งเป็นผลการค้นพบใหม่ในบริบทของเศรษฐกิจสังคมของเวียดนาม การวิจัยยังเปิดเผยความแตกต่างในผลกระทบของปัจจัยเหล่านี้ต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรมระหว่างกลุ่มเพศชายและหญิง พื้นฐานครอบครัว และสาขาที่ศึกษา สำหรับกลุ่มที่มีประสบการณ์ในด้านการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมก่อนหน้านี้ บรรทัดฐานทางสังคมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยนี้เป็นพื้นฐานสำหรับหน่วยงานท้องถิ่นและมหาวิทยาลัยในการพัฒนานโยบายและแนวทางการจัดการเพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรมของนักศึกษา เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป งานวิจัยนี้จึงได้นำประเด็นนี้มาวิเคราะห์เพิ่มเติม

Nguyen and et al. (2025) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในเมืองแคนโท ประเทศเวียดนาม โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (Ajzen’s Theory of Planned Behavior - TPB) ลักษณะบุคลิกภาพและการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ผ่านการเก็บข้อมูลแบบสะดวกจากนักศึกษาปริญญาตรีปีสุดท้ายจำนวน 250 คน จากมหาวิทยาลัยFPTเมืองแคนโท นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multivariate Regression) ผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยสำคัญ 5 ประการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ แหล่งเงินทุน และบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย โดยลักษณะบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ผลลัพธ์เหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าและช่วยเติมเต็มช่องว่างของวรรณกรรม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมักปรากฏอย่างสอดคล้องในหลายบริบท ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านทัศนคติส่วนบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง บรรทัดฐานทางสังคม การยอมรับความเสี่ยง รวมถึงประสบการณ์ด้านการเรียนรู้และการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผลการทบทวนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงชุดปัจจัยที่มีบทบาทต่อการกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา ซึ่งเป็นช่วงวัยที่อยู่ระหว่างการค้นหาเส้นทางอาชีพและการก่อรูปความสนใจในด้านผู้ประกอบการ

เมื่อเปรียบเทียบข้อค้นพบจากงานวิจัยก่อนหน้าเข้ากับบริบทของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้นำแนวคิด Push-Pull Motivation Theory มาใช้เป็นกรอบในการจัดหมวดหมู่ตัวแปรวิจัยอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้ปัจจัยที่เกี่ยวกับแรงผลักภายใน เช่น การยอมรับความเสี่ยง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง อยู่ในกลุ่มปัจจัยผลัก (Push Factors) ขณะที่ปัจจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจจากภายนอก เช่น การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จัดอยู่ในกลุ่มปัจจัยดึง (Pull Factors)

การจำแนกตัวแปรในลักษณะดังกล่าว ช่วยให้การศึกษาครั้งนี้มีกรอบแนวคิดที่ชัดเจนและรองรับด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยก่อนหน้า อีกทั้งยังสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างจากพื้นที่เมืองใหญ่ จึงทำให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาได้อย่างครอบคลุม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย / นักวิจัย	พีรวัส หนันกต์ (2567)	กลวดี อัยการัยสิทธิ์ และ อรอุมา ศิริโชติ (2566)	ลภษณ วงษ์ดอน (2562)	กลยรักา สัสดีสุ์ และ ณัฐวุฒิ วงศ์วรินทร์ (2566)	รัชนก ปุโยบายุ่ง ชัยวัฒน์ ชัยวัฒน์ และ ณัฐวุฒิ (2567)	นุชจรี ภักดีออหอ (2565)	มนทน โสรัจไกรฤทัย และ ศุภชัย (2567)	Nguyen et al.(2025)	Hai (2024)	Martins, Shahzad and Xu (2023)	Mei, Lee and Xiang (2020)	Al Halbusi, Soto-Acosta and Popa (2022).	Amofah and Saladrigues (2022)	รวม
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	√	√			√	√	√	√				√	√	8
ความมีนวัตกรรม	√				√					√				3
การยอมรับความเสี่ยง	√				√				√	√				4
ความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพ	√													1
บรรทัดฐานทางสังคม	√			√	√	√		√					√	6
การรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ	√													1
ด้านการเมือง	√													1
ด้านเศรษฐกิจ	√													1
ด้านสังคม	√													1
ด้านเทคโนโลยี	√													1
ด้านกฎหมาย	√													1
ด้านสิ่งแวดล้อม	√													1
ด้านคู่แข่งขัน	√													1

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย / นักวิจัย	พีรวัส หนันกต (2567)	กลวดี อัษฎาวุธ และ อรอนงค์ ศิริโชติ (2566)	ลภัสรดา วงศ์ดอนเค็ง (2562)	กลยรักษ์ ตุ้ยสุ้ย และ ณัฐวุฒิ ว่องศุภวิบูลย์ (2566)	ณัฐวุฒิ ปุญญบุษย์ และ ปัญญ์ปุรัช ชูสัจจ์ (2567)	ปุษยรี ภักดีออหอ (2565)	มนพน โสรัจจ์ไกรฤทธิ์ และ ลภัสรดา วงศ์ดอนเค็ง (2567)	Nguyen et al.(2025)	Hai (2024)	Martins, Shahzad and Xu (2023)	Mei, Lee and Xiang (2020)	Al Halbusi, Soto-Acosta and Popa (2022).	Amofah and Saladrigues (2022)	รวม
ลักษณะนิสัย					√			√						2
แรงจูงใจทางสังคม		√							√					2
ปัจจัยความต้องการความสำเร็จ					√									1
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์			√						√					2
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม		√	√	√	√		√	√					√	7
ความอดทนต่อความไม่แน่นอน					√									1
การรับรู้ความสามารถของตนเอง					√	√				√	√	√		5
การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ		√					√				√	√	√	5
การสนับสนุนจากสังคม		√					√			√				3
การสนับสนุนจากรัฐบาล							√		√					2
ความรู้และประสบการณ์			√						√	√				3
แหล่งเงินทุน								√						1
ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ														

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครราชธานี

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพ กรณีศึกษา: นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นองค์ประกอบเสริม (Quantitative-driven Mixed Methods) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 2 กลุ่ม คือ นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี

3.1.1.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งศึกษาอยู่ใน ชั้นปีที่ 1-4 จำนวนทั้งหมด 3,146 คน (ข้อมูลจากคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2567)

3.1.1.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี (ไม่ทราบ จำนวนที่แน่ชัด)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.1.2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 355 คน โดยหาค่ากลุ่มตัวอย่างจากตารางสูตรคำนวนของ Taro Yamane (ค่าความคาดเคลื่อนที่ 0.05) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเป็นจำนวน 460 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ทางสถิติ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณจะถูกคัดเลือกโดย การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

3.1.2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ราย เพื่อนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกมาสนับสนุนผลการวิจัย ทั้งนี้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพอ้างอิงจากแนวทางของ เครเวล (Creswell, 2016) ซึ่งแนะนำว่า การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพควรเริ่มต้นที่ 5-15 คน เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อิ่มตัวและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

โดย Baruch (1999) ศาสตราจารย์ด้านการจัดการได้กำหนดค่าเฉลี่ยอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทั่วไป คือ การแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) ไว้ที่ร้อยละ 55.6 เป็นเกณฑ์อัตราการตอบกลับที่อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งสอดคล้องกับ Berdie, Anderson and Niebuhr (1986) ที่กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ร้อยละ 60–70 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก ซึ่งจากการแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 466 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์ของการตอบคำถามจำนวน 460 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.71 ดังนั้นอัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

3.2.1 ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2.2 ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยผลัก (การยอมรับความเสี่ยง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ การรับรู้ความสามารถของตนเอง)

3.2.3 ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยดึง (การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม)

3.2.4 ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

3.2.5 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบ่งเป็น 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งมีการกำหนดระดับดังนี้

ระดับคะแนนที่ 5 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนนที่ 4 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยในระดับมาก

ระดับคะแนนที่ 3 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนที่ 2 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยในระดับน้อย

ระดับคะแนนที่ 1 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval-scale) เป็นการวัดแบบมาตรฐานส่วน ประมาณค่าของลิเคิร์ธ (Likert scale) โดยการรวบรวมคะแนนที่ได้จากคำตอบทุกข้อของแต่ละคำถาม นำมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายการจัดระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปทำการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.3.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามโดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและตารางที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการสอบถาม

3.3.2 ศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.3.3 ร่างแบบสอบถามเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.3.4 เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา (Content validity) เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ซึ่งหากค่า IOC มีค่าต่ำกว่า 0.5 ผู้วิจัยจะนำไปปรับปรุงข้อคำถามกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่งจนกว่าค่า IOC จะมีค่าเกิน 0.5 ถือว่าใช้ได้ซึ่งรายละเอียดผลการตรวจสอบ ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก

3.3.5 เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถามและตรวจสอบว่าคำถามแต่ละข้อมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับหัวข้อหรือประเด็นนั้นหรือไม่และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่น (reliability) ที่คำนวณได้ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นได้และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2557)

3.3.6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ต่อไป

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 3.1 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของกลุ่มตัวอย่าง
1. ปัจจัยผลักดัน		
1.1 การยอมรับความเสี่ยง	4	0.66
1.2 ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	4	0.84
1.3 การรับรู้ความสามารถของตนเอง	4	0.76
2. ปัจจัยดึงดูด		
2.1 การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	4	0.78
2.2 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	4	0.74
2.3 บรรทัดฐานทางสังคม	4	0.79
3. ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	4	0.83
รวมทั้งหมด	**28**	**0.88**

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคหรือค่าความน่าเชื่อถือแต่ละปัจจัย อยู่ระหว่าง 0.66-0.84 โดยมีค่ารวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.88 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2557) ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เบื้องต้น ดังนั้น แสดงว่าการศึกษาในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดชั้นตัวอย่างตามสาขาวิชาภายในคณะบริหารศาสตร์ เนื่องจากสาขาแต่ละสาขามีความเกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนด้านธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการในระดับที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นตามสาขาจึงช่วยให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความหลากหลายและสะท้อนมุมมองของนักศึกษาทั้งคณะได้ครบถ้วน ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ระบุสาขาที่เป็นประชากรเป้าหมายทั้งหมด ได้แก่ สาขาการตลาด สาขานวัตกรรมการจัดการโรงแรมและการบริการ สาขาการจัดการธุรกิจ(ผู้ประกอบการ) สาขาการบัญชี สาขาการจัดการธุรกิจ(การจัดการองค์กร) สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และสาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การเก็บข้อมูลภาคสนามอาศัยการเข้าถึงนักศึกษา ทั้งในรูปแบบออนไลน์และภายในห้องเรียน โดยเน้นความสมัครใจ ทำให้จำนวนผู้ตอบในแต่ละชั้นตัวอย่างไม่เท่ากัน แม้จำนวนจะต่างกัน แต่ทุกสาขาที่เปิดสอนและมีนักศึกษาเข้าถึงได้ในช่วงเวลาการเก็บข้อมูลยังคงมีผู้ตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนตามโครงสร้างของคณะ ได้แก่ สาขาการตลาด 115 คน สาขานวัตกรรมการจัดการโรงแรมและการบริการ 90 คน สาขาการจัดการธุรกิจ (ผู้ประกอบการ) 75 คน สาขาการบัญชี 73 คน สาขาการจัดการธุรกิจ (การจัดการองค์กร) 72 คน สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 22 คน และสาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 13 คน รวมทั้งสิ้น 460 คน

แม้ว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากแต่ละสาขาจะไม่สัดส่วนเท่ากันตามหลักการแบ่งชั้นเชิงสถิติแต่การกำหนดชั้นตัวอย่างตั้งแต่ต้นและการได้รับคำตอบจากครบทุกสาขาที่เกี่ยวข้อง ทำให้ข้อมูลที่ได้ยังคงมีความครอบคลุมและสะท้อนโครงสร้างประชากรของคณะได้อย่างเหมาะสม ทั้งยังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา เนื่องจากนักศึกษาที่เข้าร่วมล้วนอยู่ในหลักสูตรด้านธุรกิจและการประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นวิจัย จึงช่วยให้ข้อมูลที่รวบรวมได้สามารถนำไปวิเคราะห์เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 5 คน โดยการนัดสัมภาษณ์ล่วงหน้าและใช้การบันทึกเสียงเพื่อเก็บข้อมูล เมื่อข้อมูลอิ่มตัวจากนั้นทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึก ผู้วิจัยเลือกข้อมูลจำนวน 5 ราย เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในบริบทของจังหวัดอุบลราชธานี และสามารถสะท้อนมุมมองเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลจำนวน 4 รายเป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งมีประสบการณ์การเรียนรู้และการพัฒนาทักษะภายในระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัย ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีก 1 รายเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและแนวโน้มของการตอบแบบสอบถาม

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เช่น การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลระหว่างปัจจัยผลักและดึงดูดที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

3.5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยใช้วิธี การวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic Analysis) ซึ่งเริ่มจากการถอดเทปสัมภาษณ์และจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลักปัจจัยดึงดูด และความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา จากนั้นใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อระบุรูปแบบและธีมหลักของข้อมูล และเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและเพื่ออธิบายแนวทางการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในข้อเสนอแนะการวิจัย

3.5.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความสอดคล้อง และความสมเหตุสมผลของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ผลการวิเคราะห์สามารถสะท้อนมุมมองและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลได้อย่างแท้จริง โดยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลในหลายขั้นตอน ดังนี้

3.5.3.1 เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายราย เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นและแนวคิดที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์ ซึ่งช่วยลดอคติจากมุมมองของผู้ให้ข้อมูลรายใดรายหนึ่ง และเพิ่มความน่าเชื่อถือของประเด็นเชิงแนวคิดที่สังเคราะห์ขึ้น

3.5.3.2 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยข้อมูลจากการถอดเทปการสัมภาษณ์ตามเนื้อหาจริง และทำการตีความข้อมูลภายใต้กรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้การสรุปผลเป็นไปอย่างมีเหตุผลและไม่คลาดเคลื่อนจากข้อมูลต้นทาง

3.5.3.3 พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อมูลเชิงคุณภาพกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการยืนยันและสนับสนุนผลการวิจัยในภาพรวม ซึ่งช่วยเพิ่มความลึกซึ้งและความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ปัจจัยผลัก ปัจจัยดึง ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ จากกลุ่มตัวอย่าง 460 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.3 ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 460 โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา สาขาที่ศึกษา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	101	22.0
หญิง	345	75.0
เพศทางเลือก	14	3.0
รวม	**460**	**100**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 345 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ เพศชาย 101 คน คิดเป็น ร้อยละ 22 และเพศทางเลือก 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	87	16.8
ชั้นปีที่ 2	3	6.2
ชั้นปีที่ 3	158	30.5
ชั้นปีที่ 4	209	40.3
ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป	3	6.2
รวม	460	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ชั้นปีที่ 2 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสาขาที่ศึกษา

สาขาที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สาขาการจัดการธุรกิจ (ผู้ประกอบการ)	75	16.3
2. สาขาการจัดการธุรกิจ (การจัดการองค์กร)	72	15.65
3. สาขาการตลาด	115	25
4. สาขานวัตกรรมการจัดการโรงแรมและการบริการ	90	19.57
5. สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	13	2.83
6. สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	22	4.78
7. สาขาการบัญชี	73	15.87
รวม	**460**	**100**

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสาขาการตลาดเป็นจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือ สาขานวัตกรรมการจัดการโรงแรมและการบริการ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 19.57 รองลงมาคือ สาขาสาขาการจัดการธุรกิจ (ผู้ประกอบการ) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 สาขาการบัญชี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 15.87 สาขาการจัดการธุรกิจ (การจัดการองค์กร) จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 สาขาการจัดการธุรกิจระหว่าง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ประเทศ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.78 และสาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน จำนวน 13 คน ร้อยละ 2.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพโดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ปัจจัยผลัก	3.88	0.53	มาก
ปัจจัยดึง	3.74	0.61	มาก
ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	3.85	0.77	มาก
รวม	**3.82**	**0.64**	**มาก**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.82, SD = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยผลัก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 3.88, SD = 0.53) รองลงมาคือ ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ ($\overline{X}$ = 3.85, SD = 0.77) และปัจจัยดึง มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.74, SD = 0.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพด้านปัจจัยผลัก

ปัจจัยผลัก	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
การยอมรับความเสี่ยง	3.87	0.59	มาก
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	3.56	0.74	มาก
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	4.20	0.64	มาก
รวม	**3.88**	**0.53**	**มาก**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยผลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88, SD = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.20, SD = 0.64) รองลงมาคือ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การยอมรับความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 3.87, SD = 0.59) และการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = 3.56, SD = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลักด้านการยอมรับความเสี่ยง

การยอมรับความเสี่ยง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันสามารถยอมรับความไม่แน่นอนในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพได้	3.50	0.90	ปานกลาง
ฉันกล้าที่จะสละเวลาและทรัพยากรเพื่อเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.63	0.87	มาก
ฉันเชื่อว่าความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการทำธุรกิจ	4.48	0.70	มาก
ฉันพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำสตาร์ทอัพ	3.88	0.86	มาก
รวม	**3.87**	**0.59**	**มาก**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยผลักด้านการยอมรับความเสี่ยงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.87, SD = 0.59) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ นอกจากนั้นจะอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันเชื่อว่าความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, SD = 0.70) รองลงมาคือ ฉันพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำสตาร์ทอัพ ($\bar{X}$ = 3.88, SD = 0.86) ฉันกล้าที่จะสละเวลาและทรัพยากรเพื่อเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X}$ = 3.63, SD = 0.87) และฉันสามารถยอมรับความไม่แน่นอนในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 3.50, SD = 0.90)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลัก ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถของตนเอง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถวางแผนธุรกิจได้และนำไปสู่การไปฏิบัติจริง	3.58	0.84	มาก
ฉันเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกิจ	3.62	0.86	มาก
ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถนำทีมเพื่อพัฒนาสตาร์ทอัพได้	3.47	0.96	ปานกลาง
ฉันเชื่อว่าฉันมีความสามารถในการตัดสินใจสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ	3.56	0.92	มาก
รวม	**3.56**	**0.74**	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยผลักด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56, SD = 0.74) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ นอกจากนั้นจะอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.62, SD = 0.86) รองลงมาคือ ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถวางแผนธุรกิจได้และนำไปสู่การไปฏิบัติจริง ($\bar{X}$ = 3.58, SD = 0.84) ถัดมาคือ ฉันเชื่อว่าฉันมีความสามารถในการตัดสินใจสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ ($\bar{X}$ = 3.56, SD = 0.92) และฉันมั่นใจว่าฉันสามารถนำทีมเพื่อพัฒนาสตาร์ทอัพได้ ($\bar{X}$ = 3.47, SD = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลัก ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันมองว่าการเริ่มต้นสตาร์ทอัพเป็นโอกาสที่ท้าทายและน่าสนใจ	4.24	0.83	มาก
ฉันเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จในชีวิตได้	4.36	0.78	มาก

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลัก ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (ต่อ)

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันรู้สึกตื่นเต้นเมื่อคิดถึงการสร้างธุรกิจของตนเอง	4.28	0.91	มาก
ฉันมองว่าการเป็นผู้ประกอบการคือวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม	3.93	0.85	มาก
รวม	**4.20**	**0.64**	**มาก**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยผลักด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, SD = 0.64) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จในชีวิตได้ ($\bar{X}$ = 4.36, SD = 0.78) รองลงมาคือ ฉันรู้สึกตื่นเต้นเมื่อคิดถึงการสร้างธุรกิจของตนเอง ($\bar{X}$ = 4.28, SD = 0.91) ลำดับถัดมาคือ ฉันมองว่าการเริ่มต้นสตาร์ทอัพเป็นโอกาสที่ท้าทายและน่าสนใจ ($\bar{X}$ = 4.24, SD = 0.83) และฉันมองว่าการเป็นผู้ประกอบการคือวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม ($\bar{X}$ = 3.93, SD = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านปัจจัยดึง

ปัจจัยดึง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม	3.38	0.73	ปานกลาง
บรรทัดฐานทางสังคม	3.83	0.75	มาก
การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	4.02	0.69	มาก
รวม	**3.74**	**0.61**	**มาก**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, SD = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.02, SD = 0.69) รองลงมาคือ บรรทัดฐานทางสังคม ($\bar{X}$ = 3.83, SD = 0.75) และ การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = 3.38, SD = 0.73) ตามลำดับ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านการรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันเชื่อว่าฉันสามารถจัดการเวลาทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงานโดยไม่กระทบเรื่องใดเรื่องหนึ่งเมื่อเริ่มต้นธุรกิจ	3.68	0.93	มาก
ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับสตาร์ทอัพได้	3.02	0.95	ปานกลาง
ฉันเชื่อว่าฉันสามารถควบคุมเงินทุนสำหรับการทำสตาร์ทอัพได้	3.31	0.92	ปานกลาง
ฉันสามารถใช้เครือข่ายทางธุรกิจที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.52	0.95	มาก
รวม	**3.38**	**0.73**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึง ด้านการรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.38, SD = 0.73) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ นอกจากนั้นจะอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันเชื่อว่าฉันสามารถจัดการเวลาทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงานโดยไม่กระทบเรื่องใดเรื่องหนึ่งเมื่อเริ่มต้นธุรกิจ ($\bar{X}$ = 3.68, SD = 0.93) รองลงมาคือ ฉันสามารถใช้เครือข่ายทางธุรกิจที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}$ = 3.52, SD = 0.95) ลำดับถัดมาคือ ฉันเชื่อว่าฉันสามารถควบคุมเงินทุนสำหรับการทำสตาร์ทอัพได้ ($\bar{X}$ = 3.31, SD = 0.92) และฉันมั่นใจว่าฉันสามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับสตาร์ทอัพได้ ($\bar{X}$ = 3.02, SD = 0.95) ตามลำดับ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

บรรทัดฐานทางสังคม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ครอบครัวของฉันสนับสนุนฉันในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.53	1.13	มาก
เพื่อนหรือคนรอบตัวฉันเห็นด้วยและให้กำลังใจในการทำสตาร์ทอัพ	3.72	0.99	มาก
อาจารย์หรือที่ปรึกษาทางการศึกษาของฉันสนับสนุนความคิดในการเป็นผู้ประกอบการ	4.06	0.89	มาก
ฉันได้รับแรงบันดาลใจจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.03	0.99	มาก
รวม	**3.83**	**0.75**	**มาก**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึง ด้านบรรทัดฐานทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83, SD = 0.75) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อาจารย์หรือที่ปรึกษาทางการศึกษาของฉันสนับสนุนความคิดในการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.06, SD = 0.89) รองลงมาคือ ฉันได้รับแรงบันดาลใจจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X}$ = 4.03, SD = 0.99) ลำดับถัดมาคือ เพื่อนหรือคนรอบตัวฉันเห็นด้วยและให้กำลังใจในการทำสตาร์ทอัพ ($\bar{X}$ = 3.72, SD = 0.99) และครอบครัวของฉันสนับสนุนฉันในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X}$ = 3.53, SD = 1.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันได้รับความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัย	4.11	0.86	มาก
การเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	3.90	0.95	มาก
ฉันได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากอาจารย์เกี่ยวกับการสร้างธุรกิจ	4.03	0.87	มาก

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึง ด้านการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (ต่อ)

การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันคิดว่าฉันสามารถนำความรู้จากการเรียนไปประยุกต์ใช้ในการเริ่มต้นสตาร์ทอัพได้	4.03	0.81	มาก
รวม	**4.02**	**0.69**	**มาก**

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึง ด้านการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02, SD = 0.69) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันได้รับความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัย ($\bar{X}$ = 4.11, SD = 0.86) รองลงมาคือ ฉันได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากอาจารย์เกี่ยวกับการสร้างธุรกิจ ($\bar{X}$ = 4.03, SD = 0.87) ลำดับถัดมาคือ ฉันคิดว่าฉันสามารถนำความรู้จากการเรียนไปประยุกต์ใช้ในการเริ่มต้นสตาร์ทอัพได้ ($\bar{X}$ = 4.03, SD = 0.81) และการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ ($\bar{X}$ = 3.90, SD = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยดึงทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ฉันมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต	3.58	1.04	มาก
ฉันมองว่าการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการบรรลุเป้าหมายในชีวิตของฉัน	3.58	0.99	มาก
ฉันตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้และทักษะเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจของฉัน	4.05	0.86	มาก
ฉันพร้อมที่จะปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพของฉันเติบโตอย่างต่อเนื่อง	4.18	0.88	มาก
รวม	**3.85**	**0.77**	**มาก**

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85, SD = 0.77) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฉันพร้อมที่จะปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพของฉันเติบโตอย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 4.18, SD = 0.88) รองลงมาคือ ฉันตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้และทักษะเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจของฉัน ($\overline{X}$ = 4.05, SD = 0.86) ลำดับถัดมาคือ ฉันมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต ($\overline{X}$ = 3.58, SD = 1.04) และฉันมองว่าการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการบรรลุเป้าหมายในชีวิตของฉัน ($\overline{X}$ = 3.58, SD = 0.99) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จะใช้สถิติในการทดสอบค่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression: MRA) ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานเมื่อค่า sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตัวแปร	b	SEb	Beta	t	sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-0.278	0.187		-1.482	0.139		
การยอมรับความเสี่ยง	0.105	0.051	0.080	2.065	0.040*	0.639	1.564
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.147	0.043	0.140	3.384	0.001*	0.564	1.774
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	0.242	0.052	0.202	4.683	0.000*	0.519	1.925
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.238	0.045	0.224	5.283	0.000*	0.536	1.864
บรรทัดฐานทางสังคม	0.155	0.047	0.151	3.287	0.001*	0.456	2.194
การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	0.194	0.051	0.173	3.817	0.000*	0.473	2.116
R^2 = 0.56, Adjusted R^2 = 0.55; F=97.073, Sig = 0.00*							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

จากตารางที่ 4.14 พบว่า จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Multicollinearity) ด้วยการตรวจค่าสัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.19 ค่า Variance Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.3 (Hair et al., 2005) หมายความว่าตัวแปรต้นจะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยกันเอง โดย การยอมรับความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.45-0.63 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.19 ส่วนค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.56-2.19 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5.3 แสดงว่า ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษามีความเป็นอิสระต่อกัน และมีความสัมพันธ์กันเองไม่สูงเกินไป เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จึงยอมรับตัวแปรอิสระเหล่านี้

ส่วนผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 97.073 และค่า Sig. = 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูล มีความแปรปรวนเท่ากัน โดยค่าความแปรปรวนของความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพจะพิจารณาได้จากค่า Adjusted R2 แสดงว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีค่าเท่ากับร้อยละ 55 หมายความว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปพยากรณ์ต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้ร้อยละ 55 ส่วนอีกร้อยละ 45 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีค่า Sig= 0.00 คือ การยอมรับความเสี่ยง Beta = 0.080 (Sig = 0.04 < 0.05) การรับรู้ความสามารถของตนเอง Beta = 0.14 (Sig = 0.01 < 0.05) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ Beta = 0.20 (Sig = 0.00 < 0.05) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม Beta = 0.22 (Sig=0.00 < 0.05) บรรทัดฐานทางสังคม Beta = 0.15 (Sig = 0.001 < 0.05) และการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ Beta = 0.17 (Sig = 0.00 < 0.05) ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยง มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.105 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการยอมรับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.105 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.147 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.147 หน่วย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.242 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.242 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.238 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.238 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.155 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานทางสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.155 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.194 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความตั้งใจในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถเขียนสมการทำนายในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ

ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา = -0.278** + 0.105**การยอมรับความเสี่ยง + 0.147** การรับรู้ความสามารถของตนเอง + 0.242** ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ + 0.238** การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม + 0.155** บรรทัดฐานทางสังคม + 0.194** การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

สมการคะแนนมาตรฐาน

ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา = 0.224** การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม + 0.202** ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ + 0.173** การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ + 0.151** บรรทัดฐานทางสังคม + 0.140** การรับรู้ความสามารถของตนเอง + 0.080** การยอมรับความเสี่ยง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

4.3 ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นองค์ประกอบเสริม (Quantitative-driven Mixed Methods) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ จำนวน 5 ราย เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมหรือพัฒนาแนวทางในการสนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ดังนี้

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ผู้ประกอบการ	รายละเอียดธุรกิจ
1. ผู้ประกอบการคนที่ 1	เป็นธุรกิจนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม โดยนำเสนอ แชมพูแบบแห้ง ที่สามารถทำความสะอาดเส้นผมได้โดยไม่ต้องใช้น้ำ เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่สามารถสระผมด้วยน้ำได้ เช่น ผู้ป่วยพักฟื้น ผู้ที่เพิ่งผ่านการผ่าตัด ผู้ที่มีบาดแผล หรือผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่ม และสะท้อนถึงแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพชีวิตที่สอดคล้องกับแนวโน้มผู้บริโภคในยุคสังคมสูงวัย
2. ผู้ประกอบการคนที่ 2	เป็นธุรกิจเครื่องดื่มพื้นบ้านที่พัฒนาโดยใช้ นวัตกรรมกระบวนการผลิตแบบใหม่ ทำให้สามารถเก็บรักษาได้นานกว่าสาโททั่วไป ซึ่งโดยปกติสามารถเก็บได้เพียง 1–2 วัน แต่ผลิตภัณฑ์ของหวานใจไทยสาโทสามารถเก็บรักษาได้ยาวนานกว่าเดิมหลายเท่า อีกทั้งยังมีความยืดหยุ่นในการปรับสูตร (fixable) เพื่อให้เหมาะกับความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่ม นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาพลักษณ์แบรนด์ให้มีความร่วมสมัย สะท้อนความเป็นไทยในมิติที่เข้าถึงง่าย จึงเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้ประกอบการคนที่ 3	เป็นธุรกิจพัฒนานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ โดยผลิต วัสดุกันกระแทกที่ทำจากฟางข้าว ซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร เพื่อลดการใช้พลาสติกและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความสามารถในการกันกระแทกได้เทียบเท่าวัสดุสังเคราะห์ทั่วไป แต่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ กลุ่มลูกค้าหลักคือผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซและธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (ต่อ)

ผู้ประกอบการ	รายละเอียดธุรกิจ
4. ผู้ประกอบการคนที่ 4	เป็นธุรกิจผลิตสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ใช้แนวคิด Circular Economy โดยนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ลังและฟางข้าว มาผลิตเป็นคอนโดแมว ของเล่น และอุปกรณ์ลับเล็บแมว ซึ่งมีความปลอดภัยต่อสัตว์เลี้ยงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดสามารถย่อยสลายได้ 100% จึงช่วยลดปริมาณขยะจากวัสดุสังเคราะห์ได้อย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้เลี้ยงแมวในเขตเมืองที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์รักษ์โลก และมองหาทางเลือกที่ยั่งยืนในการดูแลสัตว์เลี้ยง
5. ผู้ประกอบการคนที่ 5	เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีสุขภาพที่พัฒนา แพลตฟอร์มระบบจัดการคลินิกแบบครบวงจร เพื่อช่วยให้คลินิกสามารถบริหารจัดการข้อมูลคนไข้ การจัดคิว ระบบคลังยา บัญชี และประวัติการรักษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบดังกล่าวออกแบบให้สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของแต่ละคลินิก เพื่อให้แพทย์เจ้าของคลินิกสามารถเลือกใช้ฟังก์ชันที่เหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการของตนได้ ผลิตภัณฑ์นี้ตอบโจทย์เทรนด์การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในภาคบริการสุขภาพ และส่งเสริมแนวคิดการจัดการคลินิกด้วยข้อมูล

จากตารางที่ 4.15 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ พบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจจริงในบริบทของจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีความหลากหลายทั้งในด้านประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ และบทบาทหน้าที่ในการบริหารธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์ทางการศึกษาและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจ นอกจากนี้ ลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและข้อจำกัดด้านทรัพยากรในระยะเริ่มต้น ซึ่งเป็นบริบทสำคัญที่เอื้อต่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ในงานวิจัยนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Thematic Analysis)

4.3.1.1 ตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการจัดการปัญหา การวางแผน และการ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดที่มีอยู่ เป็นองค์ประกอบที่กำหนดว่าผู้ประกอบการจะกล้าลงมือทำหรือชะลอการตัดสินใจทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการมองว่า ปัจจัยภายในที่ตนเองสามารถควบคุมได้ เช่น ความตั้งใจ ความพยายาม ประสบการณ์ที่ผ่านมา และการบริหารจัดการเวลา มีส่วนช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกัน ปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สภาพการแข่งขันของตลาด และข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการรับรู้ว่ามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด ส่งผลให้ระดับความมั่นใจในการตัดสินใจแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงของการดำเนินงาน

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลยังเห็นตรงกันว่า การได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายทางธุรกิจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษา มีบทบาทสำคัญในการช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจได้ ทั้งในด้านการให้คำแนะนำ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น จากการสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่สะท้อนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบการออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) ความมั่นใจที่เกิดจากประสบการณ์ตรง (2) การเสริมสร้างความสามารถผ่านการสนับสนุนจากเครือข่าย และ (3) การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการควบคุมพฤติกรรม

1) ความมั่นใจที่เกิดจากประสบการณ์ตรง

ผู้ประกอบการทุกคนให้ความสำคัญกับประสบการณ์จริง ในการสร้างความมั่นใจต่อศักยภาพของตน โดยหลายรายกล่าวว่า ความเชื่อมั่นไม่ได้มาจากการเรียนรู้เชิงทฤษฎีเท่านั้น แต่เกิดจากการลงมือทำและประสบความสำเร็จด้วยตนเอง

ผู้ประกอบการคนที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ตอนแรกก็ไม่มั่นใจเลยว่าจะขายได้ไหม แต่พอลองทำจริงแล้วมันเริ่มมีคนสั่ง ก็รู้สึกว่าเราทำได้”

ผู้ประกอบการคนที่ 2 กล่าวทำนองเดียวกันว่า

“ทุกครั้งที่ผ่านปัญหาไปได้ มันจะเหมือนมีความมั่นใจเพิ่มขึ้น เหมือนรู้ว่าเราควบคุมสถานการณ์ได้”

คำกล่าวเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1997) ที่อธิบายว่า Self-efficacy เกิดจาก Mastery Experience หรือการรับรู้ถึงความสำเร็จของตนเองในอดีต ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้บุคคลเชื่อว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Zimmerman (2000) ที่ระบุว่า ความเชื่อมั่นของบุคคลเป็นผลจากกระบวนการไดนามิกที่สามารถพัฒนาได้จากการสังเกตแบบอย่างและการสะท้อนผลลัพธ์ของตนเอง ผู้ประกอบการบางรายระบุว่า แม้ในช่วงแรกจะเผชิญกับความไม่แน่นอน แต่เมื่อได้รับผลลัพธ์เชิงบวกจากการลงมือทำ ก็ทำให้เกิดแรงผลักดันที่มั่นคงมากขึ้น

ดังที่ผู้ประกอบการคนที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“พอเห็นว่าสินค้ามันขายได้จริง ความกลัวมันก็ลดลง เหมือนมีหลักฐานว่าทำได้”

สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่า ความมั่นใจของผู้ประกอบการไม่ได้เป็นเพียงคุณลักษณะส่วนบุคคล แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนาได้จากประสบการณ์จริงตามแนวคิดของ Kolb (1984)

2) การเสริมสร้างความสามารถผ่านการสนับสนุนจากเครือข่าย

ผู้ประกอบการจำนวนมากกล่าวถึงบทบาทของเครือข่ายทางธุรกิจและสังคมในการเสริมสร้างความมั่นใจต่อศักยภาพของตน

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้ามีคนให้คำแนะนำหรือให้กำลังใจ มันช่วยได้เยอะเลย บางทีเราก็ไม่รู้ทุกอย่าง แต่ถ้ามีคนที่ผ่านมาก่อนมาช่วย มันทำให้กล้าทำต่อ”

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“เครือข่ายเพื่อนผู้ประกอบการนี่สำคัญมาก เพราะเราคุยกัน แชร์กัน เหมือนได้เรียนรู้จากประสบการณ์คนอื่น”

แนวคิดนี้สะท้อนตรงกับ Social Learning Theory ของ Bandura (1986) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากแบบอย่างและการสังเกตผู้อื่นในสังคม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการเรียนรู้เชิงสังคม นอกจากนี้การได้รับการยอมรับจากสังคมหรือหน่วยงานภายนอกยังส่งผลให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าตนมีศักยภาพเพียงพอที่จะควบคุมสถานการณ์ได้ เช่น

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ตอนที่เราได้รางวัลชนะการประกวด มันเหมือนเป็นหลักฐานว่าสิ่งที่เราทำมันมีค่า ทำให้มั่นใจมากขึ้น”

สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่า การสนับสนุนจากเครือข่ายทั้งในระดับส่วนบุคคลและเชิงสถาบัน เป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนา Self-efficacy ที่มั่นคงและยั่งยืน

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3) การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการควบคุมพฤติกรรม

ผู้ประกอบการหลายรายสะท้อนว่า ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนจะเพิ่มขึ้นได้ หากสภาพแวดล้อมโดยรอบเอื้อต่อการลงมือทำ

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้ามีระบบสนับสนุน เช่น เข้าถึงเงินทุนง่ายขึ้น หรือมีที่ปรึกษา มันจะช่วยให้เรารู้สึกว่าควบคุมได้มากกว่าเดิม”

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่ระบุว่า Perceived Behavioral Control มีรากฐานมาจากสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงมือทำ ซึ่งส่งผลให้บุคคลรู้สึกว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมได้จริง การสนับสนุนดังกล่าวจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มทักษะการจัดการเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อทางจิตวิทยา ให้ผู้ประกอบการรู้สึกมั่นใจว่าตนสามารถรับมือกับปัญหาและความไม่แน่นอนได้

สรุปภาพรวมแนวคิด

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเกิดจากการบูรณาการระหว่างประสบการณ์ตรง การสนับสนุนจากเครือข่าย และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงมือทำ ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ความสำเร็จซ้ำ ๆ จะสามารถพัฒนาการรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้อย่างมั่นคง ส่งผลให้มีความมั่นใจในการตัดสินใจและการจัดการธุรกิจมากขึ้น ในขณะที่การได้รับแรงสนับสนุนจากเครือข่ายและหน่วยงานภายนอกช่วยเสริมสร้าง ความรู้สึกควบคุมได้ และลดความวิตกจากความไม่แน่นอน ในภาพรวม ปัจจัยดังกล่าวล้วนเป็นกลไกสำคัญในการหล่อหลอมพฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการที่ยั่งยืน เพราะผู้ที่เชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองจะมีแนวโน้มลงมือทำจริง มุ่งมั่นต่อเป้าหมาย และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการสนับสนุน

จากผลการวิเคราะห์ พบว่าแนวทางการสนับสนุนเพื่อเสริมสร้าง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ควรดำเนินการในเชิงบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความมั่นใจ และความสามารถในการจัดการทรัพยากรของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของภาครัฐควรปรับปรุงกระบวนการให้ความช่วยเหลือทางการเงินและการอนุมัติทุนสนับสนุนให้มีความคล่องตัว รวดเร็ว และลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากสะท้อนว่าความล่าช้าของระบบราชการส่งผลให้ธุรกิจขาดความต่อเนื่องและสูญเสียจังหวะในการพัฒนาโครงการ นอกจากนี้ ภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์กลางเครือข่ายสตาร์ทอัพ เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้ากับแหล่งเงินทุนเอกชน นัก

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี

ลงทุนรายใหญ่ และองค์กรพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตอย่างแท้จริง สำหรับสถาบันการศึกษา ควรพัฒนาหลักสูตรด้านผู้ประกอบการให้มีความยืดหยุ่นและใกล้เคียงกับสภาพจริงของตลาดมากขึ้น โดยเน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ผ่านกรณีศึกษา การจำลองสถานการณ์ธุรกิจ และการฝึกปฏิบัตินอกห้องเรียน เพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการตัดสินใจ การแก้ปัญหา และการบริหารจัดการทรัพยากรที่อยู่ในอำนาจควบคุมของตน นอกจากนี้ ควรเชิญผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจริงมาเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจให้แก่นักศึกษารุ่นใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวโดยสรุปคือ การเสริมสร้างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่เพียงเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการลงมือทำธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัว รับมือกับความเสี่ยง และตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาในด้านนี้จึงเป็นรากฐานสำคัญของการส่งเสริมสตาร์ทอัพในประเทศไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

4.3.1.2 ตัวแปรด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ราย พบว่า ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีความหลากหลายตามประสบการณ์และบริบทการดำเนินธุรกิจของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในภาพรวมสามารถสังเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มร่วมกันว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการมุ่งหวังผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงมุมมองต่อบทบาทของตนเองในการสร้างคุณค่า การเผชิญความไม่แน่นอน และการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างเส้นทางการดำเนินธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการลงมือทำจริง โดยในช่วงเริ่มต้นมักมองการทำธุรกิจในเชิงบวกและมีความคาดหวังสูง แต่เมื่อเผชิญกับความท้าทายและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจริง ทัศนคติดังกล่าวจะถูกปรับผ่านประสบการณ์ ความล้มเหลว และการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการนี้มีส่วนช่วยหล่อหลอมให้ผู้ประกอบการมองเห็นคุณค่าของการเรียนรู้ ความอดทน และการพัฒนาตนเองมากกว่าการมุ่งเน้นผลลัพธ์ระยะสั้นเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมองว่าทัศนคติที่เหมาะสมเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยผลักดันให้สามารถก้าวผ่านความไม่แน่นอนและรักษาความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะการมองความล้มเหลวในฐานะบทเรียน การมีแรงบันดาลใจจากเป้าหมายระยะยาว และการตระหนักถึงบทบาทของธุรกิจในการสร้างคุณค่าให้กับสังคม จากการสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่สะท้อนทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) การเป็น

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ประกอบการในฐานะผู้สร้างคุณค่าและการแก้ปัญหา (2) ความล้มเหลวคือกระบวนการเรียนรู้ และ (3) ความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจจากความสำเร็จ

1) การเป็นผู้ประกอบการในฐานะผู้สร้างคุณค่าและการแก้ปัญหา

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สะท้อนว่าการเริ่มต้นธุรกิจไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจด้านผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากความตั้งใจที่จะสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ผมไม่ได้เริ่มธุรกิจเพราะอยากรวย แต่อยากแก้ปัญหาที่เห็นอยู่ตรงหน้า เช่น เห็นคนป่วยพักฟื้นที่ไม่สามารถสระผมได้เอง ผมเลยคิดทำแชมพูแบบไม่ต้องใช้น้ำขึ้นมา”

คำกล่าวนี้สะท้อนถึงแรงจูงใจเชิงสังคมและแนวคิดการสร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Drucker (1985) ที่มองว่าผู้ประกอบการคือผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงโดยใช้โอกาสทางนวัตกรรม อีกตัวอย่างหนึ่ง

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ให้สัมภาษณ์ว่า

“เราอยากช่วยลดขยะจากฟางข้าว เพราะทุกปีมันถูกเผาทิ้งหมด ถ้าเอามาใช้ประโยชน์ได้ก็เหมือนช่วยโลกไปด้วย”

ประโยคนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่มองธุรกิจเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทัศนคติที่เน้นผลลัพธ์ทางสังคมควบคู่กับผลทางเศรษฐกิจ

2) ความล้มเหลวคือกระบวนการเรียนรู้

จากการวิเคราะห์พบว่าผู้ประกอบการทุกคนมีทัศนคติในเชิงบวกต่อความล้มเหลว โดยมองว่าความผิดพลาดเป็นโอกาสสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนา

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ตอนแรกทำสินค้าผิดพลาดเยอะมาก แต่พอลองผิดลองถูกไปเรื่อย ๆ ก็เข้าใจว่าแบบไหนใช้ได้ แบบไหนใช้ไม่ได้ ความผิดพลาดจะทำให้เราเก่งขึ้น”

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวในทำนองเดียวกันว่า

“มองว่าความล้มเหลวไม่ใช่เรื่องแย่ มันเป็นบทเรียน ถ้าไม่ลองล้มบ้าง ก็จะไม่รู้ว่าเราทำอะไรได้บ้าง ไม่ได้บ้าง”

ทัศนคติเช่นนี้สะท้อนแนวคิดของ Kolb (1984) เรื่อง วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Cycle) ซึ่งอธิบายว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นผ่านการลงมือทำ การสะท้อนผล และการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง การเปิดรับความล้มเหลวในฐานะครูของ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ประกอบการ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาความยืดหยุ่นทางความคิด และทักษะการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน

3) ความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจจากความสำเร็จ

ผู้ประกอบการทุกคนมีความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจที่ชัดเจนในการสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและข้อจำกัดด้านทรัพยากร

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“บางครั้งเหนื่อยและท้อมาก แต่พอเห็นลูกค้าซื้อซ้ำ เห็นสินค้าของเราอยู่ในตลาด ก็รู้สึกภูมิใจ เหมือนสิ่งที่เราทำมันมีค่า”

ผู้ประกอบการรายที่ 3 กล่าวเสริมว่า

“เราอาจยังไม่ประสบความสำเร็จมาก แต่ทุกครั้งที่เห็นคนชอบสินค้าเรา มันคือพลังให้เรากล้าเดินหน้าต่อ”

ทัศนคติเช่นนี้สะท้อนลักษณะของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ตามแนวคิดของ McClelland (1961) ที่อธิบายว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมีแรงผลักดันภายในสูง และยอมรับความเสี่ยงในระดับที่สามารถควบคุมได้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และการเติบโต

สรุปภาพรวมแนวคิด

การวิเคราะห์เชิงธีมของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ในบริบทการศึกษาครั้งนี้มีทัศนคติที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและการเรียนรู้จากประสบการณ์มากกว่าการแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว พวกเขามีความเข้าใจในความไม่แน่นอนของธุรกิจและพร้อมยอมรับความล้มเหลวในฐานะส่วนหนึ่งของการเติบโต ทั้งยังมีแรงบันดาลใจและความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะพัฒนาแนวคิดของตนให้เกิดผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสะท้อนถึงทัศนคติของผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่เน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน

แนวทางการสนับสนุน

จากผลการศึกษาพบว่า การเสริมสร้างทัศนคติที่เหมาะสมต่อการเป็นผู้ประกอบการ ควรดำเนินการอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ผ่านการบูรณาการระหว่างภาคการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการหล่อหลอมแนวคิดและแรงบันดาลใจเชิงผู้ประกอบการในระยะยาว ในด้าน สถาบันการศึกษา ควรส่งเสริมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ผ่านการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลงมือทำธุรกิจจริง เช่น โครงการจำลองสตาร์ทอัพ การแข่งขันแผนธุรกิจ หรือกิจกรรม Pitching เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทั้งด้านความสำเร็จและความล้มเหลว ซึ่งจะช่วยปลูกฝังทัศนคติแห่งความอดทนและความไม่ย่อท้อต่อปัญหา นอกจากนี้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ควรสร้างระบบพี่เลี้ยง ที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นพี่กับนักศึกษารุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์จริงอย่างต่อเนื่อง ในด้าน ภาครัฐและองค์กรสนับสนุนธุรกิจ ควรจัดโครงการพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในลักษณะการเรียนรู้เชิงเข้มข้น คล้ายโมเดลจากต่างประเทศ ที่ให้ผู้เข้าร่วมได้ใช้ชีวิตร่วมกันภายใต้สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การทำงานเป็นทีม และการพัฒนาทัศนคติแห่งความกล้าเสี่ยงและการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ขณะเดียวกันควรสนับสนุนการเผยแพร่เรื่องราวความสำเร็จและความล้มเหลวของผู้ประกอบการในหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและปรับทัศนคติของคนรุ่นใหม่ให้เข้าใจความจริงของโลกธุรกิจมากขึ้น กล่าวโดยสรุปคือ การส่งเสริมทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการสร้างแรงบันดาลใจเพียงระยะสั้น แต่ต้องมุ่งพัฒนาระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้และการลงมือทำ ที่ช่วยให้คนรุ่นใหม่สามารถแปลงทัศนคติเป็นการกระทำจริงได้อย่างมั่นคง การพัฒนาในมิตินี้จึงไม่เพียงเป็นการสร้างผู้ประกอบการหน้าใหม่ให้กับประเทศ แต่ยังเป็นการปลูกฝังแนวคิดแห่งการคิดเป็น ทำเป็น และไม่ยอมแพ้ต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นหัวใจของความยั่งยืนในเศรษฐกิจยุคใหม่

4.3.1.3 ตัวแปรด้านการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 5 ราย พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการหล่อหลอมความคิด ความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นและพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีมุมมองสอดคล้องกันว่า การศึกษาในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการไม่ควรถูกจำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงทฤษฎีในห้องเรียน แต่ควรเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เอื้อให้เกิดการลงมือปฏิบัติจริง การเผชิญปัญหา และการเรียนรู้จากสถานการณ์ทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสะท้อนว่า การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพควรสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้จากสถาบันการศึกษากับบริบทของภาคธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นการนำความรู้ด้านการจัดการ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม ไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจจริง การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการตัวจริง หรือการเรียนรู้ผ่านโครงการและกิจกรรมที่จำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ ล้วนมีส่วนช่วยลดช่องว่างระหว่างความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง และช่วยเสริมสร้างความพร้อมให้กับผู้ที่ต้องการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ในขณะเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลยังให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ตรงในสนามธุรกิจ ซึ่งถือเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยถ่ายทอดบทเรียน ความผิดพลาด และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ไม่สามารถเรียนรู้ได้จากตำราเพียงอย่างเดียว ประสบการณ์ดังกล่าวมีส่วนช่วยเสริมสร้างมุมมองที่เป็นจริงต่อการดำเนินธุรกิจ และช่วยให้ผู้เรียนสามารถปรับกรอบความคิดให้สอดคล้องกับ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด สามารถสรุปประเด็นสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) การเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่แท้จริงคือหัวใจของการพัฒนา (2) การเชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคธุรกิจ และ (3) การเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริง

1) การเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่แท้จริงคือหัวใจของการพัฒนา

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการจะเกิดผลสูงสุดก็ต่อเมื่อผู้เรียนได้ ลงมือทำจริง มากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎีในห้องเรียน

ผู้ประกอบการคนที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ตอนเรียนเรารู้แค่ทฤษฎีและวิธีคิด แต่พอมาทำจริงมันต่างเยอะ ต้องเจอเองถึงจะเข้าใจ”

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้ามีให้ลองทำธุรกิจสตาร์ทอัพเล็ก ๆ ตั้งแต่เรียน มันจะช่วยให้รู้เลยว่าอะไรคือปัญหาที่เจอจริง อะไรที่ตำราไม่ได้บอก”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนว่าผู้ประกอบการมองการศึกษาเชิงผู้ประกอบการในมิติของการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงตามแนวคิดของ Kolb (1984) ที่อธิบายว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรง การสะท้อนคิด และการนำไปทดลองใช้ซ้ำ การจัดกิจกรรมจำลองสถานการณ์ธุรกิจ หรือการสร้างต้นแบบสินค้า จึงเป็นแนวทางที่ช่วยเชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การเชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคธุรกิจ

ผู้ประกอบการหลายรายสะท้อนว่า ช่องว่างระหว่างความรู้ทางทฤษฎีในมหาวิทยาลัย กับความต้องการจริงของตลาด ยังคงมีอยู่มาก

ดังที่ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวว่า

“สิ่งที่เรียนในห้อง บางทีมันใช้ไม่ได้จริงในตลาด เพราะสถานการณ์บางทีมันคนละสเกลและสถานการณ์มันเปลี่ยนเร็วมาก”

ผู้ประกอบการรายที่ 1 เสริมว่า

“อยากให้มหาวิทยาลัยร่วมมือกับบริษัทจริง ๆ มากขึ้น เช่น เอาโจทย์จากธุรกิจจริงมาให้เราลองแก้ หรือให้พี่ ๆ ที่ทำธุรกิจมาบอกว่าเขาเจออะไรจริง ๆ บ้าง”

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คำกล่าวนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้างสะพานเชื่อม ระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Fayolle & Gailly (2015) ที่ระบุว่า การศึกษาผู้ประกอบการที่มีประสิทธิผลต้องบูรณาการระหว่าง ความรู้ ความสามารถ และทัศนคติ ภายใต้บริบทที่ใกล้เคียงของโลกธุรกิจจริง

3) การเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จริง

อีกธีมหนึ่งที่ปรากฏเด่นชัด คือ การให้คุณค่ากับการเรียนรู้จากแบบอย่าง หรือ Role Model Learning ผู้ประกอบการหลายรายเห็นตรงกันว่า ประสบการณ์จากผู้ประกอบการจริงช่วยกระตุ้นแรงบันดาลใจและทำให้เข้าใจภาพจริงของการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่าการเรียนจากตำรา

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“อยากให้มีคนที่เคยล้มเหลวหรือสำเร็จจริง ๆ จากธุรกิจ มาเล่าประสบการณ์ให้ฟัง มันช่วยให้เห็นภาพชัดขึ้นกว่าทฤษฎีเยอะ”

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวในทำนองเดียวกันว่า

“เวลาฟังเจ้าของธุรกิจจริง ๆ พูด จะรู้เลยว่าปัญหามันเป็นยังไง แล้วเราควรเตรียมตัวยังไง มันคือบทเรียนที่มีค่ามาก และเปลี่ยนเสมือนทางลัด”

สิ่งนี้สะท้อนแนวคิดของ Bandura (1986) เรื่อง การเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่ชี้ว่า มนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมและทัศนคติผ่านการสังเกตแบบอย่าง การที่ผู้เรียนได้ฟังเรื่องราวจริงจากผู้ประกอบการ จึงเป็นการจำลองประสบการณ์ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจของตน

สรุปภาพรวมแนวคิด

การวิเคราะห์เชิงธีมของการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้คุณค่ากับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎี พวกเขาต้องการสภาพแวดล้อมทางการศึกษาแบบความรู้จากของจริง ที่เปิดโอกาสให้ลงมือทำจริง เรียนรู้จากความผิดพลาด และได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมจริง การศึกษาในลักษณะนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มความเข้าใจในกระบวนการดำเนินธุรกิจ แต่ยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระยะยาว กล่าวอีกนัยหนึ่ง การศึกษาผู้ประกอบการควรเปลี่ยนจาก การสอนเพื่อรู้ไปสู่การสอนเพื่อทำ เพื่อผลิตผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติพร้อมเผชิญความท้าทายในเศรษฐกิจยุคใหม่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

แนวทางการสนับสนุน

ในด้านแนวทางการสนับสนุน ผู้ประกอบการเสนอแนะว่าภาคการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐควรปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการให้มีลักษณะบูรณาการระหว่างภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือทำจริง ผ่านกิจกรรมจำลองสถานการณ์ เช่น การสร้างต้นแบบธุรกิจ การทดลองขายสินค้า การจัดเวที Pitching และการนำเสนอโครงงานธุรกิจต่อคณะกรรมการจากภาคอุตสาหกรรมจริง เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในกระบวนการ นอกจากนี้ การเชิญผู้ประกอบการจริงจากหลากหลายอุตสาหกรรมมาแบ่งปันประสบการณ์และแนวทางในการแก้ปัญหา จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและทำให้ผู้เรียนเห็นภาพจริงของการทำธุรกิจในแต่ละบริบทได้ชัดเจนขึ้น ในมิติของนโยบาย หน่วยงานรัฐควรจัดตั้งโครงการสนับสนุนเงินทุน เช่น กองทุน Venture Capital สำหรับนักศึกษาหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดธุรกิจที่เป็นไปได้ เพื่อสร้างโอกาสในการทดลองพัฒนาและนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติจริง รวมทั้งควรจัดให้มีเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่และรุ่นพี่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางธุรกิจ ที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันองค์ความรู้ ประสบการณ์ และเครือข่ายทางธุรกิจอย่างยั่งยืน กล่าวโดยสรุป การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อสามารถเปลี่ยนจาก การเรียนรู้เชิงเนื้อหา ไปสู่การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้คิด วิเคราะห์ และลงมือทำจริง เพราะการเรียนรู้เชิงปฏิบัติคือกลไกสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีความเข้าใจรอบด้าน มีทักษะในการบริหารความเสี่ยง และสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคมเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

4.3.1.4 ตัวแปรด้านบรรทัดฐานทางสังคม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจำนวน 5 ราย พบว่า บรรทัดฐานทางสังคม มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในหลายมิติ โดยเฉพาะอิทธิพลจากครอบครัว เพื่อน และสังคมรอบข้าง ซึ่งสามารถส่งผลต่อผู้ประกอบการได้ทั้งในลักษณะของแรงสนับสนุนและแรงกดดันควบคู่กันไป ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่าแม้การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจจะเกิดจากแรงผลักดันภายในของแต่ละบุคคลเป็นหลัก แต่ทัศนคติ ความคาดหวัง และการยอมรับจากคนรอบข้างกลับมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างหรือบั่นทอนความมั่นใจในการเดินหน้าธุรกิจ โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นและช่วงที่เผชิญกับอุปสรรคสำคัญ

ในมิติของครอบครัว ผู้ประกอบการจำนวนมากมองว่าครอบครัวเป็นรากฐานสำคัญของแรงจูงใจและความมั่นคงทางจิตใจ การได้รับความเข้าใจ การให้กำลังใจ หรือการเปิดพื้นที่ให้ลองผิดลองถูกโดยไม่กดดันผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ มีส่วนช่วยลดความกังวลและเอื้อให้ผู้ประกอบการสามารถทุ่มเทให้กับการพัฒนาธุรกิจได้อย่างเต็มที่ในขณะเดียวกัน หากครอบครัวหรือสังคมมีมุมมอง

เชิงลบต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นเส้นทางที่มีความเสี่ยงสูง ก็อาจก่อให้เกิดแรงกดดันทางจิตใจและส่งผลต่อความลังเลในการตัดสินใจได้เช่นกัน

นอกจากนี้ เพื่อนและเครือข่ายทางสังคมยังถูกมองว่าเป็นแหล่งพลังสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ร่วมกัน ผู้ประกอบการหลายรายสะท้อนว่า การอยู่ท่ามกลางเพื่อนหรือเครือข่ายที่มีแนวคิดเชิงบวก มีความสามารถ และมีเป้าหมายใกล้เคียงกัน จะช่วยยกระดับวิธีคิด เปิดมุมมองใหม่ และเพิ่มโอกาสในการเชื่อมโยงทรัพยากรทางธุรกิจ ทั้งในด้านความรู้ คำแนะนำ และเครือข่ายความร่วมมือ ในขณะเดียวกัน การยอมรับจากสังคม หรือสภาพแวดล้อมโดยรวมยังมีบทบาทต่อการก่อรูปวัฒนธรรมผู้ประกอบการ โดยผู้ให้ข้อมูลเห็นตรงกันว่าหากสังคมมีบรรยากาศที่เปิดกว้างต่อความล้มเหลว และมองการเริ่มต้นธุรกิจเป็นเส้นทางอาชีพที่มีคุณค่า จะช่วยเสริมสร้างความกล้าในการลงมือทำและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด สามารถสรุปประเด็นด้านบรรทัดฐานทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) ครอบครัวคือแรงหนุนและรากฐานของแรงจูงใจ (2) เพื่อนและเครือข่ายคือพลังแห่งแรงบันดาลใจ และ (3) การยอมรับของสังคมกับการสร้างวัฒนธรรมผู้ประกอบการ

1) ครอบครัวคือแรงหนุนและรากฐานของแรงจูงใจ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า ครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างแรงผลักดันทางจิตใจและความมั่นคงทางอารมณ์ในการเริ่มต้นธุรกิจ

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ครอบครัวไม่เคยกดดันเลย เขาแค่บอกให้ลองทำในสิ่งที่อยากทำ แล้วคอยให้กำลังใจอยู่ข้างหลัง”

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ให้สัมภาษณ์ทำนองเดียวกันว่า

“ครอบครัวไม่ได้คาดหวังว่าต้องสำเร็จ แต่ให้โอกาสลองผิดลองถูก มันเลยทำให้กล้าที่จะเริ่มมากขึ้น”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าครอบครัวมีบทบาทในฐานะแหล่งพลังสนับสนุนเชิงที่ช่วยลดความกลัวความล้มเหลวและสร้างสภาวะทางจิตใจที่มั่นคง ซึ่งเอื้อต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ที่ระบุว่าบรรทัดฐานทางสังคม หรือการรับรู้แรงกดดันทางสังคม เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2) เพื่อนและเครือข่ายคือพลังแห่งแรงบันดาลใจ

ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญกับบทบาทของเพื่อนและคนรอบตัว ว่าเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ

ผู้ประกอบการรายที่ 5 ให้สัมภาษณ์ว่า

“คนเราคือค่าเฉลี่ยของคนรอบตัว ถ้าอยู่กับเพื่อนที่คิดดี เก่ง เราก็อยากพัฒนาไปในทางนั้น”

สอดคล้องกับผู้ประกอบการรายที่ 1 ที่กล่าวว่า

“เวลาเห็นเพื่อนประสบความสำเร็จ มันเหมือนแรงกระตุ้นให้เราต้องทำให้ได้เหมือนกัน”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนแนวคิดของ Bandura (1986) ในทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่อธิบายว่ามนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมผ่านการสังเกตแบบอย่าง การมีเพื่อนที่เป็นผู้ประกอบการหรือบุคคลที่มีแนวคิดเชิงบวกต่อการสร้างธุรกิจจึงเป็นแบบจำลองพฤติกรรม ที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและทัศนคติที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายยังระบุว่า เครือข่ายสังคมที่ดีช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากร เช่น การรู้จักคู่ค้าหรือผู้ร่วมทุน ซึ่งเป็นทุนทางสังคม ที่เอื้อต่อการขยายธุรกิจในระยะยาว

3) การยอมรับของสังคมกับการสร้างวัฒนธรรมผู้ประกอบการ

อีกธีมหนึ่งที่ปรากฏชัด คือ ความเชื่อมโยงระหว่างการยอมรับของสังคมและภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการดังบทสัมภาษณ์ของ

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวว่า

“สังคมมักมองว่าสตาร์ทอัพเสี่ยงสูง แต่ถ้าเราทำสำเร็จ มันก็กลายเป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่นต่อ”

ผู้ประกอบการรายที่ 5 ให้ความเห็นว่า

“อยากให้สังคมมองการล้มเหลวเป็นเรื่องธรรมดา ไม่ใช่ความผิด เพราะมันคือส่วนหนึ่งของการเรียนรู้”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการต้องการให้สังคมสร้างวัฒนธรรมการยอมรับความล้มเหลว ซึ่งเป็นพื้นฐานของวัฒนธรรมผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ Hofstede (2001) ที่ชี้ว่าค่านิยมทางสังคมมีผลโดยตรงต่อรูปแบบการคิดและพฤติกรรมของบุคคลใน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ระบบเศรษฐกิจ หากสังคมยอมรับความล้มเหลวและสนับสนุนความพยายามของผู้ประกอบการ จะช่วยลดแรงกดดันทางสังคม และส่งเสริมให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ในวงกว้างมากขึ้น

สรุปภาพรวมแนวคิด

ผลการวิเคราะห์เชิงธีมของบรรทัดฐานทางสังคมแสดงให้เห็นว่า ครอบครัว เพื่อน และสังคมรอบข้างมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อการสร้างแรงจูงใจและทัศนคติของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ การสนับสนุนจากครอบครัวช่วยลดความกลัวและสร้างความมั่นคงทางจิตใจ ขณะที่เพื่อนและเครือข่ายช่วยสร้างแรงบันดาลใจและขยายโอกาสทางธุรกิจ ส่วนสังคมในภาพรวมควรพัฒนาไปสู่การยอมรับความล้มเหลวและการมองผู้ประกอบการในมุมบวกมากขึ้น โดยสรุปแล้วแล้ว บรรทัดฐานทางสังคมไม่ได้เป็นเพียงแรงกดดันทางพฤติกรรม แต่ยังเป็นโครงสร้างทางวัฒนธรรม ที่กำหนดทิศทางของการคิดและการกระทำของผู้ประกอบการ หากสามารถสร้างสังคมที่เข้าใจ สนับสนุน และเปิดกว้างต่อการเรียนรู้จากความล้มเหลวได้อย่างแท้จริง ก็จะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาระบบนิเวศผู้ประกอบการที่ยั่งยืนได้ในประเทศไทย

แนวทางการสนับสนุน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เสนอให้ภาครัฐและสถาบันการศึกษามีบทบาทในการสร้างบรรยากาศทางสังคมที่เอื้อต่อผู้ประกอบการ ผ่านการปลูกฝังวัฒนธรรมการยอมรับความล้มเหลวและการมองว่าการล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ เพื่อสร้างทัศนคติที่เปิดกว้างต่อการทดลองและนวัตกรรม อีกทั้งควรส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจจริง โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเสวนา การบ่มเพาะธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อให้เกิดระบบนิเวศทางสังคมที่สนับสนุนการเติบโตของสตาร์ทอัพอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายเสนอให้หน่วยงานภาครัฐสร้างโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผ่านสื่อสาธารณะหรือกิจกรรมที่นำเสนอเรื่องราวความสำเร็จและความล้มเหลวที่เป็นจริง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและทำให้สังคมมองการเป็นผู้ประกอบการในเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น อีกทั้งยังควรปรับแนวทางการศึกษาให้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงจิตวิทยาและสังคม เช่น การสื่อสาร การเจรจาต่อรอง และการสร้างเครือข่าย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว โดยสรุป บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อการก่อรูปทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน การสร้างสังคมที่เข้าใจ ยอมรับ และส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการจึงไม่เพียงเป็นหน้าที่ของสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นความร่วมมือเชิงระบบของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างวัฒนธรรมผู้ประกอบการ ที่มั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.3.1.5 ตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 5 ราย พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน ความเสี่ยง และข้อจำกัดด้านทรัพยากร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ช่วยให้กล้าตัดสินใจลงมือทำ แม้จะยังไม่มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์ในทุกด้านก็ตาม

ผู้ประกอบการมองว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพัง แต่ค่อย ๆ ก่อตัวจากประสบการณ์การลงมือปฏิบัติจริง การเผชิญกับปัญหา และการเรียนรู้จากความผิดพลาดในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวช่วยหล่อหลอมให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจในความสามารถของตนเองอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น และส่งผลให้สามารถรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจได้อย่างมีสติและมั่นใจมากขึ้น นอกจากนี้ การได้เห็นผลลัพธ์จากความพยายามของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จหรือความล้มเหลว ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถพัฒนาและปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้

ในขณะเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลยังสะท้อนว่า สภาพแวดล้อมรอบตัว เช่น การสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน เครือข่ายทางธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างหรือบั่นทอนการรับรู้ความสามารถของตนเอง การได้รับกำลังใจ คำแนะนำ และโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรที่เหมาะสม ช่วยเพิ่มความมั่นใจและลดความกังวลในการดำเนินธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม หากขาดการสนับสนุนหรือเผชิญกับแรงกดดันจากสภาพแวดล้อม ก็อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความลังเลและลดระดับความเชื่อมั่นในตนเองได้ จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดสามารถสรุปประเด็นสำคัญด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นแรงขับเคลื่อนสู่การเริ่มต้น (2) การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นแหล่งสร้าง และ (3) การสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมเป็นกลไกเสริมความมั่นใจ

1) ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นแรงขับเคลื่อนสู่การเริ่มต้น

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง คือปัจจัยหลักที่ผลักดันให้กล้าตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ตอนเริ่มต้นผมประเมินตัวเองว่าเรามีความรู้และศักยภาพพอแน่นอน มันเลยผลักให้เริ่มทำทันที”

ผู้ประกอบการรายที่ 4 กล่าวในทำนองเดียวกันว่า

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

“ตอนแรกมั่นใจมาก คิดว่าเราทำได้แน่ ๆ แต่พอลงมือจริงก็เจอความจริงหลายอย่าง แต่ความมั่นใจตอนนั้นมันก็ทำให้เราเริ่มต้นได้”

คำกล่าวเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อในความสามารถของตนเอง เป็นกลไกทางจิตวิทยาที่สำคัญต่อการริเริ่ม และการคงอยู่ในการประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1997) ที่ระบุว่า Self-efficacy คือความเชื่อของบุคคลว่าตนมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ในบางกรณี ความเชื่อมั่นในตนเองยังเป็นเกราะป้องกันต่อแรงกดดันจากภายนอก

ผู้ประกอบการรายที่ 5 เสริมว่า

“ถ้าไม่เชื่อในตัวเองก่อน จะไม่มีวันได้เริ่ม เพราะไม่มีใครมั่นใจแทนเราได้”

สะท้อนว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมิใช่เพียงการประเมินความรู้หรือทักษะ แต่เป็นแรงศรัทธาภายใน ที่ขับเคลื่อนให้บุคคลกล้าเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ

2) การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นแหล่งสร้าง

ผู้ประกอบการทุกคนต่างยืนยันว่า ความมั่นใจในศักยภาพของตนไม่ได้เกิดจากการเรียนในห้องเรียน แต่เกิดจากการลงมือทำจริงและการเผชิญกับความล้มเหลว

ดังที่ผู้ประกอบการรายที่ 5 ให้สัมภาษณ์ว่า

“สิ่งที่สร้างความมั่นใจมากที่สุดคือความล้มเหลว เพราะมันทำให้เราได้ประสบการณ์ ได้เรียนรู้และพัฒนาได้ทุกครั้ง”

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ผมมั่นใจขึ้นเพราะเคยลงมือทำ เคยลองขายจริง แล้วรู้ว่าทำได้ มันต่างจากการแค่คิดหรือเรียนในหนังสือ”

คำกล่าวเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิด วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Kolb (1984) ซึ่งอธิบายว่าความรู้และความมั่นใจจะเกิดขึ้นผ่านการลงมือทำ การสะท้อนคิด และการนำประสบการณ์มาปรับใช้ นอกจากนี้ ความสำเร็จเล็ก ๆ ที่เกิดจากการลงมือทำจริงยังมีบทบาทในการเสริมความมั่นใจ ในศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง ดังที่

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ให้สัมภาษณ์ว่า

“พอเห็นลูกค้าซื้อซ้ำ มันทำให้เรามั่นใจว่าสินค้าเรามีคุณค่าแก้ปัญหาให้เขาได้ และเราก็ทำได้จริง”

สิ่งนี้ตรงกับแนวคิดของ Zimmerman (2000) ที่มองว่าความมั่นใจในตนเองพัฒนาได้จากการรับรู้ความสำเร็จของตนเองในอดีต ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมั่นระยะยาว

3) การสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมเป็นกลไกเสริมความมั่นใจ

ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวถึงบทบาทของสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจ ว่ามีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นใจผ่านการให้คำแนะนำและการสนับสนุนเชิงโครงสร้าง

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้ามีที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงที่เคยทำมาก่อน มันช่วยลดความกลัวและทำให้เรากล้าตัดสินใจมากขึ้น”

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“อยากให้มีโครงการที่ได้ลองทำธุรกิจจริงในมหาวิทยาลัย เพราะเวลาเห็นผลจริง เราจะรู้ว่าเราทำได้”

คำกล่าวเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการมีสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและระบบพี่เลี้ยงทางธุรกิจ เป็นปัจจัยภายนอกที่เสริมความมั่นใจได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนแนวคิดของ Bandura (1986) เรื่องการเรียนรู้ทางสังคม ที่บุคคลสามารถพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเองผ่านการสังเกตแบบอย่างที่ประสบความสำเร็จ และการได้รับแรงเสริมทางสังคม

สรุปภาพรวมแนวคิด

การรับรู้ความสามารถของตนเอง ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพพัฒนาได้จากการผสมผสานระหว่าง แรงศรัทธาภายใน และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การมีความมั่นใจในตนเองช่วยให้ผู้ประกอบการกล้าตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ ขณะที่ประสบการณ์ตรงจากการลงมือทำช่วยเพิ่มพูนความเข้าใจและสร้างความมั่นใจอย่างมั่นคง การสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมทางการศึกษาและสังคมยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมพลังทางจิตวิทยาให้ผู้ประกอบการพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในเส้นทางธุรกิจ กล่าวได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง ไม่ได้เป็นเพียงคุณลักษณะส่วนบุคคล แต่เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาเชิงพัฒนาที่สามารถปลูกฝังได้ผ่านการสร้าง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ประสบการณ์ การสะท้อนคิด และการได้รับแรงสนับสนุนจากสังคมที่เข้าใจผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มั่นใจ กล้าเสี่ยง และมีความยืดหยุ่นต่อความเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่

แนวทางการสนับสนุน

ผู้ประกอบการทุกคนต่างเห็นพ้องว่า การเสริมสร้างการรับรู้ความสามารถของตนเองควรเริ่มจากการสร้างประสบการณ์จริง ให้กับผู้เรียนและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เนื่องจากความมั่นใจไม่สามารถปลูกฝังได้ด้วยการสอนเชิงทฤษฎีเท่านั้น แต่ต้องเกิดจากการลงมือทำ การเผชิญปัญหา และการได้รับผลตอบรับจริง ผู้ประกอบการเสนอให้สถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐจัดกิจกรรมในลักษณะโครงการจำลองธุรกิจ หรือโปรเจคสตาร์ทอัพเล็ก ๆ ก่อนเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการดำเนินธุรกิจจริง ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การสร้างต้นแบบสินค้า ไปจนถึงการนำเสนอขายในตลาดจริง เพราะการได้รับประสบการณ์ความสำเร็จเล็ก ๆ จะช่วยปลูกฝังความเชื่อมั่นและทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าตนทำได้จริง ซึ่งเป็นรากฐานของ ความมั่นใจที่มั่นคงในระยะยาว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายเสนอให้จัดตั้ง เครือข่ายที่ปรึกษา เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่กับผู้มีประสบการณ์จริงในวงการธุรกิจ เพราะการได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่ผ่านสถานการณ์จริงจะช่วยลดความกลัว เพิ่มความมั่นใจ และช่วยให้ตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น อีกทั้งควรส่งเสริมการเผยแพร่เรื่องราวของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวจริง ผ่านสื่อหรือเวทีสาธารณะ เช่น รายการสารคดีทางธุรกิจ เวทีเสวนา หรือกิจกรรม Pitching Showcase เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจว่าความล้มเหลวไม่ใช่สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความสามารถในตนเอง โดยสรุป การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการที่มีระดับความเชื่อมั่นสูง จะกล้ารับความเสี่ยงมากกว่า มองความล้มเหลวเป็นโอกาสในการเรียนรู้ และสามารถพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างยืดหยุ่น ในทางกลับกัน หากบุคคลขาดความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน ก็มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการเริ่มต้นธุรกิจหรือยุติลงในระยะเริ่มต้น ดังนั้น หน่วยงานการศึกษาและภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบ สภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ที่เอื้อต่อการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีความมั่นใจ กล้าเสี่ยง และพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืนในระบบนิเวศของธุรกิจสตาร์ทอัพไทย

4.3.1.6 ตัวแปรด้านการยอมรับความเสี่ยง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจำนวน 5 ราย พบว่า การยอมรับความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในหลายมิติ เช่น ความเสี่ยงด้านเงินทุน ด้านตลาด ด้านบุคลากร และด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่หลีกเลี่ยงได้ยากในกระบวนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมิได้มองความเสี่ยงในเชิงลบ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

หรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ หากแต่มองว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้และการเติบโตของธุรกิจ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สะท้อนว่า การยอมรับความเสี่ยงไม่ได้เกิดจากความกล้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากการพิจารณาอย่างรอบคอบ การประเมินสถานการณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องก่อนการตัดสินใจลงมือทำ การทำความเข้าใจความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นล่วงหน้า ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมแผนรองรับและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีส่วนช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ และลดความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลยังสะท้อนว่า การมีระบบหรือกลไกสนับสนุนที่เหมาะสม เช่น การให้คำปรึกษาจากผู้มีประสบการณ์ การเข้าถึงแหล่งทุน การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนโยบายที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเผชิญและบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสนับสนุนในลักษณะดังกล่าวช่วยลดภาระด้านความเสี่ยง และเพิ่มความเชื่อมั่นให้ผู้ประกอบการสามารถเดินหน้าธุรกิจต่อไปได้อย่างมีเหตุผล จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด สามารถสรุปประเด็นสำคัญด้านการยอมรับความเสี่ยงออกเป็น 3 ประเด็นเชิงแนวคิดหลัก ได้แก่ (1) การมองความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ (2) การบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ และ (3) การสนับสนุนเชิงโครงสร้างช่วยเสริมความมั่นใจในการเผชิญความเสี่ยง

1) การมองความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าความเสี่ยงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ในกระบวนการสร้างธุรกิจดังที่

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ทุกธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่แล้ว แต่อยู่ที่ว่าเราจะรับมือและจัดการความเสี่ยงยังไง”

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ให้ความเห็นว่า

“มองว่าความเสี่ยงคือโอกาสในการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ต้องกลัว ถ้าไม่เสี่ยงเลยก็คงไม่มีทางโต”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนมุมมองแบบผู้เรียนรู้จากการลงมือทำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knight (1921) ที่อธิบายว่าผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปเพราะสามารถเผชิญกับความไม่แน่นอน ได้โดยไม่สูญเสียความมั่นคงทางจิตใจ อีกทั้งยังตรงกับแนวคิดของ McClelland (1961) ที่ชี้ว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักยอมรับความเสี่ยงในระดับปาน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กลางเพราะเป็นระดับที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้และการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ผู้ประกอบการบางรายยังสะท้อนว่า ความล้มเหลวจากความเสี่ยงเปรียบเสมือนครูคนสำคัญ ที่ช่วยให้เข้าใจธุรกิจได้ดียิ่งขึ้นดังที่

ผู้ที่ประกอบการรายที่ 5 ให้สัมภาษณ์ว่า

“สิ่งที่ทำให้มั่นใจมากที่สุดไม่ใช่ความสำเร็จ แต่คือความล้มเหลว เพราะมันทำให้เรารู้ว่าอะไรควรปรับ”

สะท้อนให้เห็นว่าการยอมรับความเสี่ยงไม่ได้หมายถึงการมองข้ามความกลัว แต่คือการแปลงความกลัวให้กลายเป็นกระบวนการเรียนรู้

2) การบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ

แม้ผู้ประกอบการทุกคนยอมรับว่าความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ต้องเผชิญ แต่ไม่มีใครมองว่าควรเสี่ยงแบบไร้แผน

ผู้ประกอบการรายที่ 3 กล่าวว่า

“ผมไม่กลัวเสี่ยง แต่ต้องเสี่ยงอย่างมีแผน เช่น คิดไว้ก่อนว่าถ้าแผน A พัง เรามีแผน B หรือเปล่า”

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ความเสี่ยงมันจัดการได้ ถ้ามีข้อมูลพอ เราจะรู้ได้ว่าควรเสี่ยงตรงไหนและหลีกเลี่ยงตรงไหน”

คำกล่าวเหล่านี้สะท้อนแนวคิดการจัดการความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ซึ่งหมายถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงก่อนลงมือทำ การประเมินผลกระทบ และการเตรียมแผนสำรองไว้ล่วงหน้า การบริหารความเสี่ยงในลักษณะนี้เป็นลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่มีทักษะการคิดเชิงระบบ ผู้ประกอบการบางรายใช้แนวทางที่อิงกับข้อมูลจริง เช่น การวิเคราะห์ยอดขายหรือพฤติกรรมผู้บริโภคก่อนตัดสินใจเพิ่มการผลิต

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ผมดูข้อมูลการขายก่อน ถ้าสินค้าตัวไหนเริ่มขายไม่ดี เราก็ลดการผลิตทันที จะได้ไม่ค้างสต็อก”

แนวทางนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมความเสี่ยงเชิงการเงินได้อย่างเป็นรูปธรรม และสะท้อนว่าความยอมรับความเสี่ยงของพวกเขามิใช่การกล้าเสี่ยง แต่คือการกล้าอย่างมีเหตุผล

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

3) การสนับสนุนเชิงโครงสร้างช่วยเสริมความมั่นใจในการเผชิญความเสี่ยง

ผู้ประกอบการหลายรายสะท้อนว่าโครงสร้างสนับสนุนจากภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายผู้ประกอบการ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการลดความกลัวและเพิ่มความกล้าในการเผชิญความเสี่ยง

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ถ้ามีคนคอยให้คำปรึกษาหรือช่วยแนะนำ มันทำให้กล้าเสี่ยงมากขึ้น เพราะรู้ว่าถ้าพลาดจะยังมีคนช่วยคิด”

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวว่า

“ถ้าเข้าถึงแหล่งทุนหรือเครือข่ายได้ ความเสี่ยงมันก็ลดลงไปเยอะ”

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ระบบนิเวศผู้ประกอบการที่ร่วมกันแบกรับความเสี่ยง ในเศรษฐกิจผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งมองว่าความกล้าเสี่ยงของบุคคลจะเพิ่มขึ้นได้หากมีระบบสนับสนุนที่ช่วยกระจายความเสี่ยงออกไป เช่น การให้คำปรึกษา การเข้าถึงเงินทุน หรือการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายเสนอว่า การสร้างเวทีเรียนรู้ความเสี่ยง เช่น การจำลองสถานการณ์ธุรกิจ หรือกิจกรรม Pitching ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมเผชิญกับความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย จะช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตใจ ต่อความล้มเหลว ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาทัศนคติในแบบของผู้ประกอบการ

สรุปภาพรวมแนวคิด

การยอมรับความเสี่ยงของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมิได้หมายถึงการกล้าที่จะเผชิญความล้มเหลวโดยปราศจากแผน แต่คือความสามารถในการจัดการกับความไม่แน่นอนอย่างมีสติและมีระบบ ผู้ประกอบการที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อความเสี่ยงจะสามารถเรียนรู้จากข้อผิดพลาด ปรับตัวอย่างยืดหยุ่น และมองความล้มเหลวเป็นบทเรียนสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในอนาคต การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล ทั้งในระดับบุคคลและระดับระบบ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการหล่อหลอมผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีความกล้า รอบคอบ และพร้อมเติบโตในบริบทของเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วอย่างยั่งยืน

แนวทางการสนับสนุน

ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นพ้องกันว่าภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรมีบทบาทเชิงรุกในการช่วยลดความเสี่ยงให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านเงินทุน การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ และการให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์จริง เพื่อให้ผู้เริ่มต้นธุรกิจสามารถเรียนรู้จากตัวอย่างจริงและได้รับแนวทางในการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เช่น การจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ การจัดเวที Pitching หรือการแข่งขันวางแผนธุรกิจที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาและผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เผชิญกับความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน รวมทั้งควรเชิญผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและผู้ที่เคยล้มเหลวมาแบ่งปันประสบการณ์ตรง เพื่อเปลี่ยนมุมมองของผู้เรียนจากความกลัวความเสี่ยงให้เป็นความเข้าใจและการเรียนรู้ที่จะอยู่กับความเสี่ยง

กล่าวโดยสรุปคือ การยอมรับความเสี่ยงเป็นคุณลักษณะสำคัญที่สะท้อนความเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ผู้ประกอบการที่สามารถประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีระบบจะมีแนวโน้มประสบความสำเร็จมากกว่า เพราะมองความเสี่ยงไม่ใช่อุปสรรค แต่เป็นโอกาสในการสร้างนวัตกรรมและพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้และนโยบายสนับสนุนที่เอื้อต่อการยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล จึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีความกล้า รอบคอบ และพร้อมรับมือกับความท้าทายในเศรษฐกิจยุคใหม่อย่างมั่นคง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และบทสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเป็นส่วนเสริม แบบสอบถามประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยผลัก ปัจจัยดึง ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์อัพ จากกลุ่มตัวอย่าง 460 คน โดยผู้วิจัยได้สรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ลักษณะส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามในงานศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาในระดับชั้นปีที่ 4 สาขาที่ศึกษาคือ สาขาการตลาด

5.1.1 ด้านปัจจัยผลัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การยอมรับความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ทัศคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้าน มีดังนี้

5.1.1.1 การยอมรับความเสี่ยง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรนี้มีค่า β = 0.08 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ Sig = 0.04 (< 0.05) แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีแนวโน้มยอมรับความไม่แน่นอนและความเป็นไปได้ของความล้มเหลว มีโอกาสตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่า การเปิดรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่กล้าเผชิญกับความท้าทาย และมองความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ในการสร้างธุรกิจ

5.1.1.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นในระดับมาก และเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.14, Sig = 0.01) สะท้อนถึงความมั่นใจในศักยภาพ ทักษะ และความรู้ที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ตรงกับแนวคิด Self-Efficacy Theory ของ Bandura (1986) ที่อธิบายว่าความเชื่อในความสามารถของตนเองเป็นแรงผลักสำคัญในการริเริ่มพฤติกรรมใหม่

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

5.1.1.3 ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ นักศึกษามีทัศนคติในระดับมาก และตัวแปรนี้มีค่า β = 0.20 (Sig = 0.00) แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มองว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและท้าทาย มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจได้มากกว่า การมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการสะท้อนถึงความพร้อมทางจิตใจและแรงบันดาลใจในการสร้างธุรกิจของตนเอง

5.1.2 ด้านปัจจัยดึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้าน มีดังนี้

5.1.2.1 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (β = 0.22, Sig = 0.00) สะท้อนว่านักศึกษามีความเชื่อว่าตนสามารถควบคุมสถานการณ์ การวางแผน และการจัดการในการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งตรงกับองค์ประกอบหลักของ Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) ที่ระบุว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมที่ตั้งใจจะกระทำ

5.1.2.2 บรรทัดฐานทางสังคม นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับมาก (β = 0.15, Sig = 0.001) โดยให้ความสำคัญกับการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน และอาจารย์ ซึ่งมีผลต่อความมั่นใจและแรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจ สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของสิ่งแวดล้อมทางสังคมในกระบวนการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่

5.1.2.3 การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับมาก (β = 0.17, Sig = 0.00) โดยมองว่าการได้รับการเรียนรู้จากรายวิชา โครงการจำลองธุรกิจ หรือกิจกรรมอบรมผู้ประกอบการ มีส่วนช่วยเพิ่มความเข้าใจในขั้นตอนการวางแผนและบริหารธุรกิจ ส่งผลต่อความกล้าในการเริ่มต้นกิจการจริง

5.2 สรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ สะท้อนให้เห็นถึงกลไกเชิงจิตวิทยาและปัจจัยเชิงบริบทที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีอย่างรอบด้าน ข้อมูลที่ได้ช่วยอธิบายกระบวนการคิด แรงจูงใจ และเงื่อนไขทางสังคมที่เอื้อต่อการก่อรูปพฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการในระดับปัจเจก ผลการวิเคราะห์เผยให้เห็นว่า การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาไม่ได้เกิดจากปัจจัยเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นผลลัพธ์ของการบูรณาการระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ความเชื่อในศักยภาพของตนเอง ทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการเรียนรู้ที่ได้รับจากระบบการศึกษา ทั้งหมดนี้ทำงานร่วมกันเป็นกลไกภายในที่ผลักให้บุคคลกล้าตัดสินใจลงมือทำธุรกิจจริงภายใต้บริบทของความไม่แน่นอน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย พบว่า

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ประกอบการได้สะท้อนประสบการณ์และมุมมองที่ช่วยขยายความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกการตัดสินใจดังกล่าว โดยสามารถจำแนกได้เป็นประเด็นหลักตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

5.2.1 การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance) ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะมองความเสี่ยง เป็นโอกาสในการเรียนรู้มากกว่าความล้มเหลว การกล้าเริ่มต้นแม้มีความไม่แน่นอนสะท้อนถึงทัศนคติแบบ Growth Mindset และสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณที่แสดงให้เห็นว่าการยอมรับความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ

5.2.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ผลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพเกิดจากประสบการณ์ตรงในการลงมือทำ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น และการสะท้อนผลสำเร็จในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1997) และผลเชิงปริมาณที่ยืนยันอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญของตัวแปรนี้ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ

5.2.3 ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude toward Entrepreneurship) ข้อมูลเชิงคุณภาพสะท้อนว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองการทำธุรกิจเป็นเส้นทางแห่งการสร้างคุณค่าและความเป็นอิสระ ทัศนคติในเชิงบวกนี้เกิดจากแรงบันดาลใจส่วนบุคคลและประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณที่พบว่าทัศนคติมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ

5.2.4 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ข้อมูลเชิงคุณภาพขยายความชัดเจนว่า ความมั่นใจในการจัดการอุปสรรคเกิดจากการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การได้รับการสนับสนุนจากเครือข่าย และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงมือทำ ซึ่งสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณที่พบว่าตัวแปรนี้มีอิทธิพลสูงสุด

5.2.5 บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ผลเชิงคุณภาพพบว่า การสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน และชุมชน ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันทางสังคมที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้างช่วยเสริมความกล้าในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งสนับสนุนผลเชิงปริมาณที่ชี้ว่าบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ

5.2.6 การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) ปรากฏว่าการได้รับการเรียนรู้หรืออบรมด้านการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจ ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจ ผลเชิงคุณภาพยืนยันว่าการเรียนรู้ในห้องเรียนที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงสามารถสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มการรับรู้ศักยภาพตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณที่พบว่าการศึกษาด้านผู้ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ

5.3 การบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจที่ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหาร

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี การวิเคราะห์เชิงปริมาณทำให้สามารถระบุระดับอิทธิพลของแต่ละปัจจัยอย่างเป็นระบบ ในขณะที่การวิเคราะห์เชิงคุณภาพช่วยอธิบายกลไกเชิงพฤติกรรมและกระบวนการคิดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างละเอียด การผสานผลการวิจัยทั้งสองแนวทางจึงมีส่วนช่วยให้เห็นภาพรวมที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งในมิติของสิ่งที่มีอิทธิพลและเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังอิทธิพลนั้น

ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อมูลจากทั้งสองแนวทางมีความสอดคล้องกันในเชิงทิศทาง โดยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัว ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ขยายผลให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การยอมรับความเสี่ยงเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้ประกอบการมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเติบโต ไม่ใช่สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเองเกิดจากประสบการณ์ตรง การทดลองทำซ้ำ และการได้รับแรงสนับสนุนจากผู้อื่น ขณะที่ทัศนคติในเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการเกิดจากแรงบันดาลใจส่วนบุคคลและการเห็นแบบอย่างที่ประสบความสำเร็จ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดการทรัพยากร เวลา และเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้รับการเสริมแรงจากสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงมือทำ นอกจากนี้ บรรทัดฐานทางสังคม เช่น การสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อน มีผลโดยตรงต่อความกล้าในการตัดสินใจ และการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ และแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) (Ajzen, 1991) ซึ่งอธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากเจตคติ การรับรู้การควบคุม และแรงสนับสนุนทางสังคมร่วมกัน

สรุปได้ว่าการบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในครั้งนี้ช่วยให้เข้าใจว่าการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจหรือความตั้งใจเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลของกระบวนการเรียนรู้ การสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง และการได้รับแรงสนับสนุนจากสังคมรอบข้างอย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำเป็นต้องพัฒนาไปในเชิงระบบทั้งด้านการเรียนรู้ การสร้างทัศนคติ และการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่อสร้างระบบนิเวศ ที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างมั่นคงและยั่งยืน

5.4 การอภิปรายผลวิจัย

5.4.1 ปัจจัยผลัก

5.4.1.1 ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับความเสี่ยง เป็นปัจจัยผลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่มีระดับการยอมรับความเสี่ยงสูง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มีแนวโน้มตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่านักศึกษาที่มีระดับการยอมรับความเสี่ยงต่ำ ทั้งนี้ เนื่องจากการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมีลักษณะของความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในหลายมิติ ผู้ที่สามารถยอมรับและจัดการกับความเสี่ยงได้จึงมีความพร้อมในการตัดสินใจลงมือทำมากกว่า ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรวัส หนูเกตุ (2567); รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567) ซึ่งพบว่าการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในบริบทต่างประเทศของ Hai (2024); Martins, Shahzad and Xu (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและนักศึกษา ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การยอมรับความเสี่ยงเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด และผลการศึกษาที่ผ่านมา และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัย

5.4.1.2 ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นปัจจัยผลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพความรู้ และความสามารถของตนเอง มีแนวโน้มตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่านักศึกษาที่ขาดความมั่นใจในตนเอง ทั้งนี้ เนื่องจากการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและข้อจำกัดหลายด้าน ผู้ที่รับรู้ว่าตนเองมีความสามารถเพียงพอจึงมีความพร้อมในการตัดสินใจลงมือทำมากกว่า ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567) รวมถึงผลวิจัยของ นุชจรี ภักดีจอหอ (2565) ซึ่งพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Martins, Shahzad and Xu (2023); Mei, Lee and Xiang (2020); Al Halbusi, Soto-Acosta and Popa (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ศักยภาพของตนเองเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของเยาวชนและนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การเสริมสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาและเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัย

5.4.1.3 ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ เป็นปัจจัยผลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การมองเห็นคุณค่า โอกาส และความท้าทายของการทำธุรกิจ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มีแนวโน้มตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่านักศึกษาที่มีทัศนคติในเชิงลบหรือไม่ชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติเป็นพื้นฐานสำคัญที่กำหนดมุมมองต่อความเสี่ยง ความล้มเหลว และความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นในกระบวนการเริ่มต้นธุรกิจ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรวัส หนูเกตุ (2567); กุลวดี จันทร์วิเชียร และอรจันทร์ ศิริโชติ (2566); รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567); มณฑล สรไกรกิติกูล, พีรสุทธิ์ บุญแก้วสุข และพัชรพงศ์ คำจุมปา (2567); นุชจรี ภักดีจอหอ (2565) ซึ่งต่างพบว่าทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Nguyen et al. (2025); Al Halbusi, Soto-Acosta and Popa (2022); Amofah and Saladrigues (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติเชิงบวกและแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อการก่อรูปความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการ ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตและเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัย

5.4.2 ปัจจัยดึง

5.4.2.1 ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นปัจจัยดึงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่รับรู้ว่าตนเองสามารถควบคุมการดำเนินงาน วางแผน และจัดการอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ มีแนวโน้มตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่านักศึกษาที่รู้สึกว่าตนเองขาดความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ เนื่องจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจลงมือทำ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลวดี จันทร์วิเชียร และอรจันทร์ ศิริโชติ (2566); ขวัญกมล ดอนขวา และคณะ (2562); มณฑล สรไกรกิติกูล พีรสุทธิ์ บุญแก้วสุข และพัชรพงศ์ คำจุมปา (2567); กุลฑริกา สุขสวัสดิ์ และเมธินี วงศ์วานิช รัมภกาภรณ์ (2565); รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567) ซึ่งพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Nguyen et al. (2025); Amofah and Saladrigues (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ว่าตนเองสามารถควบคุมการดำเนินธุรกิจได้ เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการ ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การเสริมสร้างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาและเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

5.4.2.2 ผลการศึกษาพบว่า บรรทัดฐานทางสังคม เป็นปัจจัยดึงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความคาดหวัง การยอมรับ และการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน และสังคมแวดล้อม มีส่วนช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจให้แก่นักศึกษาในการตัดสินใจเลือกเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ทั้งในเชิงแรงสนับสนุนทางจิตใจและการลดแรงต้านทางสังคมที่อาจเกิดขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรวัส หนูเกตุ (2567); กุลฑริกา สุขสวัสดิ์ และเมธินี วงศ์วานิช รัมภกาภรณ์ (2565); รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์ (2567) ซึ่งพบว่าบรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชจรี ภักดีจอหอ (2565) และงานวิจัยในต่างประเทศของ Nguyen et al. (2025); Amofah and Saladrigues (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่า อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างและการยอมรับจากสังคมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเริ่มต้นกิจกรรมเชิงผู้ประกอบการดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า บรรทัดฐานทางสังคมทำหน้าที่เป็นปัจจัยดึงที่สำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยเฉพาะในบริบทของนักศึกษาซึ่งยังอยู่ในช่วงการตัดสินใจเลือกเส้นทางอาชีพ ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัยและสอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.4.2.3 ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยดึงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการเรียนการสอน กิจกรรมเสริมหลักสูตร และประสบการณ์การเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และกรอบความคิดเชิงผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษา จนสามารถเปลี่ยนจากความสนใจ ไปสู่ การตัดสินใจลงมือทำจริงได้อย่างเป็นรูปธรรม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลฑริกา สุขสวัสดิ์ และเมธินี วงศ์วานิช รัมภกาภรณ์ (2565); มณฑล สรไกรกิติกูล, พีรสุทธิ์ บุญแก้วสุข และพัชรพงศ์ คำจุมปา (2567) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การศึกษาและกิจกรรมด้านผู้ประกอบการมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจและความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Mei et al. (2020); Nguyen et al. (2025); Amofah and Saladrigues (2022) ที่พบว่าการศึกษาด้านผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษา สามารถเสริมสร้างความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการผ่านการพัฒนาทักษะการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการเปิดมุมมองต่อโอกาสทางธุรกิจ ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางทฤษฎี แต่ยังทำหน้าที่เป็นกลไกดึงดูดที่สำคัญในการกระตุ้นให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ผลการศึกษา

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

นี้จึงเป็นไปตามความคาดหวังของผู้วิจัยและสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทของการพัฒนาผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษา

5.5 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาการศึกษา และสิ่งแวดล้อมทางสังคม ล้วนมีอิทธิพลร่วมกันต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ทั้งในแง่ของแรงผลักภายในและแรงดึงจากภายนอก ดังนั้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะตามกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้

5.5.1 แนวทางการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติสำหรับภาครัฐและภาคการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่าการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับนโยบายและระดับการปฏิบัติ โดยเฉพาะบทบาทของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบ่มเพาะทักษะ แนวคิด และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อยกระดับระบบนิเวศสตาร์ทอัพในระดับมหาวิทยาลัยและระดับภูมิภาค ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ข้อเสนอแนะการสนับสนุนออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ดังนี้

5.5.1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในระดับนโยบาย ควรมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การพัฒนา และการทดลองทำธุรกิจอย่างรอบด้าน ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตรด้านผู้ประกอบการให้มีความบูรณาการระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง พร้อมสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์อย่างเป็นระบบ สถาบันการศึกษาควรเชื่อมโยงความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม ศิษย์เก่า และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ในบริบทธุรกิจจริงได้อย่างต่อเนื่อง

ในด้านโครงสร้างสนับสนุน ภาครัฐและมหาวิทยาลัยควรพัฒนากองทุนหรือเครื่องมือทางการเงินที่ช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงแหล่งทุนได้สะดวก ลดความซับซ้อนในการขอรับการสนับสนุน และจัดตั้งศูนย์กลางหรือแพลตฟอร์มเครือข่ายสตาร์ทอัพ เพื่อเป็นกลไกเชิงระบบในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการ นักลงทุน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงระบบพี่เลี้ยงทางธุรกิจในระดับสถาบัน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

นอกจากนี้ ควรมีการผลักดันบรรยากาศทางสังคมที่สนับสนุนการทดลอง ล้มเหลว และเติบโต โดยสื่อสารภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สังคมเห็นถึงคุณค่าและบทบาทของสตาร์ทอัพในเศรษฐกิจยุคใหม่ ขณะเดียวกัน นโยบายด้านการศึกษาและนวัตกรรมควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็น ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล ทักษะวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากร และความยืดหยุ่นในการรับมือกับความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเริ่มต้นและขยายธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน

5.5.1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ควรเน้นการสร้างประสบการณ์จริงที่ช่วยให้นักศึกษาและผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถพัฒนาทักษะ ความมั่นใจ และมุมมองเชิงผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจำลองสถานการณ์ธุรกิจ การแข่งขันแผนธุรกิจ การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอแนวคิดในเวที Pitching ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกการคิดเชิงวิเคราะห์ การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง และการแก้ปัญหาในบริบทใกล้เคียงกับธุรกิจจริง

การสร้างเครือข่ายที่ปรึกษาและกลุ่มผู้ประกอบการถือเป็นองค์ประกอบสำคัญ ผู้เรียนควรได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงผู้ที่มีประสบการณ์ผ่านความล้มเหลวเพื่อเปิดมุมมองที่รอบด้านและเพิ่มความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจจริง กิจกรรมเสวนา เวิร์กช็อป หรือการพบปะผู้ประกอบการจึงมีบทบาทช่วยสร้างแรงบันดาลใจและลดความวิตกกังวลในการเริ่มต้น

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมสังคม เช่น ชุมชนแลกเปลี่ยนความรู้ การฝึกทักษะการสื่อสารการเจรจาต่อรอง การสร้างเครือข่าย และการทำงานร่วมกับผู้อื่น จะช่วยเสริมให้ผู้เรียนมีความพร้อมทั้งด้านทักษะทางสังคมและความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง การเปิดพื้นที่ให้ทดลอง ล้มเหลว และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านการเงินเบื้องต้นและการประเมินความเสี่ยง จะช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใช้ความเสี่ยงเป็นโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

5.5.2 แนวทางสำหรับผู้ที่กำลังจะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่านักศึกษาที่มีแนวโน้มจะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องมีทั้งความพร้อมภายในและสภาพแวดล้อมสนับสนุนจากภายนอก เพื่อให้สามารถเปลี่ยนเจตคติและแรงบันดาลใจให้กลายเป็นการลงมือทำที่เป็นจริงได้อย่างยั่งยืน แนวทางต่อไปนี้ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถเชิงจิตวิทยา การเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการจัดการทรัพยากรเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการรุ่นใหม่

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

5.5.2.1 ผู้ที่กำลังจะเริ่มต้นธุรกิจควรเสริมสร้าง การรับรู้ความสามารถของตนเองผ่านการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ตามแนวคิดของ Kolb (1984); Bandura (1997) โดยเริ่มจากการทดลองทำธุรกิจขนาดเล็ก เช่น การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ หรือการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าในวงจำกัด เพื่อสร้างความมั่นใจจากผลลัพธ์จริงและใช้ประสบการณ์เหล่านี้ในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจให้มีความเป็นไปได้มากขึ้น การเรียนรู้จากความล้มเหลวขนาดเล็กเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์และลดความกลัวต่อความเสี่ยง ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (McClelland, 1961; Knight, 1921)

5.5.2.2 ผู้เริ่มต้นธุรกิจควรพัฒนาทัศนคติในเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยปรับกรอบความคิดให้มองการทำธุรกิจเป็นกระบวนการเรียนรู้ระยะยาวมากกว่าการแสวงหาผลลัพธ์ระยะสั้น ทัศนคติแบบนี้สอดคล้องกับแนวคิด Growth Mindset ของ Dweck (2006) ซึ่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมองอุปสรรคเป็นโอกาสในการเรียนรู้และเติบโต การมีกรอบคิดดังกล่าวจะช่วยให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจสตาร์ทอัพซึ่งมีความไม่แน่นอนสูง

5.5.2.3 การบริหารความเสี่ยงอย่างมีเหตุผลเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ประกอบการควรมองความเสี่ยงในลักษณะของโอกาสเชิงนวัตกรรม มากกว่าความล้มเหลวที่ต้องหลีกเลี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Knight (1921) ที่ระบุว่าความสามารถในการจัดการกับความไม่แน่นอนเป็นตัวแยกความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการกับบุคคลทั่วไป ดังนั้น ผู้เริ่มต้นธุรกิจควรพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ความเสี่ยงและการวางแผนทางการเงินเบื้องต้น เช่น การจำลองสถานการณ์ หรือการใช้เครื่องมือ Lean Canvas เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจอย่างมีระบบ

5.5.2.4 ผู้ประกอบการควรพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเครือข่ายทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมรุ่น อาจารย์ ที่ปรึกษา และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และโอกาสทางธุรกิจ เครือข่ายที่เข้มแข็งไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงเชิงธุรกิจเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นแหล่งแรงสนับสนุนทางจิตใจและสังคม ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นคงทางอารมณ์ในช่วงเริ่มต้นกิจการ

5.5.2.5 ผู้ที่กำลังจะเริ่มต้นธุรกิจควรมีการเตรียมความพร้อมเชิงระบบ โดยวางแผนด้านทรัพยากร เวลา และการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของตน การจัดลำดับความสำคัญของงานและการบริหารเวลาอย่างมีวินัย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมพฤติกรรม ตามกรอบแนวคิดของ Ajzen (1991) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการลงมือทำจริงในที่สุด

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพควรตระหนักว่าความสำเร็จไม่ได้เกิดจากแนวคิดหรือทุนเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ต่อเนื่องที่ผสมผสานระหว่างการพัฒนาความสามารถภายใน การยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล และการสร้างระบบนิเวศทางสังคมที่

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เกื้อหนุน การเตรียมความพร้อมในลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความมั่นใจมากขึ้นในการเริ่มต้นธุรกิจ และสามารถพัฒนาให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนในบริบทของเศรษฐกิจนวัตกรรม เพื่อให้ข้อเสนอเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมีความชัดเจนและนำไปใช้ได้ง่าย งานวิจัยจึงได้สรุปสาระสำคัญของแนวทางทั้งหมดให้อยู่ในรูปแบบ Infographic โดยเน้นเฉพาะประเด็นที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรเตรียมความพร้อมเป็นลำดับแรก บทสรุปในรูปแบบภาพดังกล่าวช่วยให้ผู้อ่านเห็นองค์ประกอบสำคัญของการเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและชัดเจนยิ่งขึ้น

ภาพที่ 5.1 แนวทางสำหรับผู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

5.5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ค้นพบข้อเสนอแนะเพื่อประยุกต์ใช้และเป็นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.5.3.1 ขยายขอบเขตตัวอย่าง เพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งมหาวิทยาลัยในเขตเมืองและภูมิภาค รวมถึงการเปรียบเทียบระหว่างสถาบันของรัฐและเอกชนเพื่อให้เข้าใจถึงอิทธิพลของบริบททางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเที่ยงตรงภายนอกและทำให้ผลการวิจัยมีความเป็นสากลมากขึ้น

5.5.3.2 ศึกษาตัวแปรใหม่ที่สะท้อนพลวัตของผู้ประกอบการยุคดิจิทัลเช่น ความยืดหยุ่นเชิงจิตใจ หรือความสามารถด้านดิจิทัล ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและความอยู่รอดของธุรกิจสตาร์ทอัพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

5.5.3.3 เปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาที่มีพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาแตกต่างกัน เช่น สายบริหารธุรกิจ วิศวกรรม หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ จะช่วยเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับรูปแบบความคิดและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในแต่ละบริบท

5.5.3.4 ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยทางจิตวิทยาและแรงจูงใจระหว่างเพศหรือช่วงวัย เนื่องจากทัศนคติ ความเชื่อ และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้อาจแตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลนี้จะช่วยให้สามารถออกแบบนโยบายสนับสนุนได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

5.5.3.5 เพิ่มมิติของการศึกษาระยะยาวโดยติดตามการเปลี่ยนแปลงของเจตคติและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในระยะเวลา 1–3 ปี เพื่อศึกษาพัฒนาการของแรงจูงใจและการรับรู้ตนเองหลังจากได้ลองลงมือทำธุรกิจจริง

5.6 ข้อจำกัดงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณาโดยเฉพาะในส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งไม่ได้รวมกลุ่มตัวอย่างจากสาขาการเงินและการลงทุนเข้ามา เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากสาขาอื่นภายในคณะบริหารศาสตร์มีจำนวนมากเพียงพอและเกินกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ อีกทั้งพื้นฐานด้านการเรียนรู้ของนักศึกษาแต่ละสาขามีแกนองค์ความรู้ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะในมิติของทักษะทางธุรกิจและกระบวนการคิดเชิงผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ งานวิจัยไม่ได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างระหว่างสาขาวิชา เนื่องจากข้อมูลพื้นฐานด้านสาขาของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของกรอบตัวแปรในการศึกษา การวิเคราะห์จึงมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปรทางจิตวิทยาและประสบการณ์ต่อการตัดสินใจเริ่มต้น

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยไม่ได้นำความแตกต่างเชิงประชากรศาสตร์ตามสาขาวิชามาเป็นปัจจัยเปรียบเทียบ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่มุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของตัวแปรหลักมากกว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มย่อย

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. **รายงานการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในสถาบันอุดมศึกษา**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564.

กุลฑริกา สุขสวัสดิ์ และเมธินี วงศ์วานิช รัมภกาภรณ์. “ความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย**. 13(1): 85-94; มกราคม-สิงหาคม, 2566.

กุลวดี จันทร์วิเชียร และอรจันทร์ ศิริโชติ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช”, **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก**. 12(1): 22-23; มกราคม-มิถุนายน, 2566.

ขวัญกมล ดอนขวา และคณะ. “ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา”, **วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 9(2): 81-96; สิงหาคม 2562.

ธนาคารออมสิน. **รายงานโครงการ Smart Startup Company by GSB Startup ประจำปี 2565**. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน, 2565.

นุชจรี ภักดีจอหอ. “อิทธิพลของทัศนคติ และสมรรถนะที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา”, **วารสารการบัญชีและการจัดการ**. 15(2): 59-75; เมษายน-มิถุนายน, 2566.

บุญชม ศรีสะอาด. **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2554.

พีรวัส หนูเกตุ. “ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา”, **วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 5(2): 49-63; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2567.

มณฑล สรไกรกิติกูล, พีรสุทธิ์ บุญแก้วสุข และพัชรพงศ์ คำจุมปา. “การสำรวจความเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาไทยผ่านมุมมองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Exploring entrepreneurship among Thai college students through the lens of theory of planned behaviour)”, **วารสาร Cogent Business & Management**. 11(1): 2396524; สิงหาคม, 2567.

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. **รายงานการดำเนินงานด้านการบ่มเพาะธุรกิจและส่งเสริมนวัตกรรม ประจำปี 2565**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2565.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

ยุทธนา ศรีสวัสดิ์. **อุตสาหกรรมสตาร์ทอัพไทยในยุคดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: สมาคมการค้าสตาร์ทอัพไทย, 2564.

รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์. “รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0”, **วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ**. 14(1): 52-70; มกราคม-เมษายน, 2567.

สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์. **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม, 2557.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. **บทบาทของสตาร์ทอัพในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA). “รายงานระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย 2566”, **รายงานระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย 2566**. https://www.nia.or.th/startup-ecosystem-report-2023. 10 ธันวาคม, 2567.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. **รายงานผลการดำเนินงานด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและสตาร์ทอัพประจำปี 2564**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564.

อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. “ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี”, **เกี่ยวกับเรา**. https://spark.ubu.ac.th/th/home. 10 ตุลาคม, 2566.

Ajzen, I. “The theory of planned behavior”, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. 50(2): 179-211; December, 1991.

Al Halbusi, H., Soto-Acosta, P. and Popa, S. “Entrepreneurial passion, role models, and self-perceived creativity as antecedents of e-entrepreneurial intention in an emerging Asian economy: The moderating effect of social media”, **Asia Pacific Journal of Management**. 40(4): 1503-1534; November, 2022.

Alderfer, C. P. “An empirical test of a new theory of human needs”, **Organizational Behavior and Human Performance**. 4(2): 142-175; May, 1969.

Amofah, K. and Saladrigues, R. “Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention”, **Journal of Innovation and Entrepreneurship. 11(1): 36; March, 2022.**

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Bandura, A. **Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1986.

Bandura, A. **Self-efficacy: The Exercise of Control**. New York: W. H. Freeman, 1997.

Baruch, Y. "Response rates in academic studies – A comparative analysis", **Human Relations**. 52(4): 421-438; April, 1999.

Berdie, D. R., Anderson, J. F. and Niebuhr, M. A. **Questionnaires: Design and Use**. Metuchen, New Jersey: Scarecrow Press, 1986.

Bird, B. "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention", **Academy of Management Review**. 13(3): 442-453; July, 1988.

Blank, S. **The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products That Win**. Pescadero, California: K&S Ranch, 2013.

CB Insights. "The top reasons startups fail", **Recent Research**. https://www.cbinsights.com/ research/startup-failure-reasons/. May 30, 2023.

Creswell, J. W. **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches**. 3rd ed. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, 2016.

Crompton, J. L. "Motivations for pleasure vacation", **Annals of Tourism Research**. 6(4): 408-424; October-December, 1979.

Dann, G. M. "Anomie, ego-enhancement and tourism", **Annals of Tourism Research**. 4(4): 184-194; March-April, 1977.

Deci, E. L. and Ryan, R. M. **Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior**. New York: Plenum Press, 1985.

Drucker, P. F. **Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles**. New York: Harper & Row, 1985.

Dweck, C. S. **Mindset: The New Psychology of Success**. New York: Random House, 2006.

Fayolle, A. and Gailly, B. "Using the Theory of Planned Behaviour to Assess Entrepreneurship Teaching Programs: A First Experimentation", In **14th Annual IntEnt Conference, Italy**. p. 5-7. Naples, Metropolitan: University of Napoli Federico II, 2004.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Fishbein, M. and Ajzen, I. **Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research**. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1975.

Gnoth, J. "Tourism motivation and expectation formation", **Annals of Tourism Research**. 24(2): 283–304; April, 1997.

Hai, N. N. "Research on factors affecting innovative start-up intention of university students in Vietnam", **International Journal of Religion**. 5(11): 1096-1106; June, 2024.

Hair, Jr. J. F. et al. **Fundamentals of Research Methods in Administration**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Hofstede, G. **Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations**. 2nd ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2001.

Iso-Ahola, S. E. "Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder", **Annals of Tourism Research**. 9(2): 256-262; December, 1982.

Iso-Ahola, S. E. "Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder", **Annals of Tourism Research**. 9(2): 256-262; December, 1982.

Knight, F. H. **Risk, Uncertainty and Profit**. Boston: Houghton Mifflin, 1921.

Kolb, D. A. **Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1984.

Martins, J. M., Shahzad, M. F. and Xu, S. "Factors influencing entrepreneurial intention to initiate new ventures: Evidence from university students", **Journal of Innovation and Entrepreneurship**. 12(1): 63; September, 2023.

Maslow, A. H. "A theory of human motivation", **Psychological Review**. 50(4): 370-396; January, 1943.

Markman, G. D. and Baron, R. A. "Person–entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others", **Human Resource Management Review**. 13(2): 281-301; Summer, 2003.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Mei, H., Lee, C. H. and Xiang, Y. “Entrepreneurship education and students’ entrepreneurial intention in higher education”, **Education Sciences**. 10(9): 257; September, 2020.

McClelland, D. C. **The Achieving Society**. Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.

Nguyen, L. T. and et al. “Determinants of entrepreneurial intentions among university students in Vietnam: Integrating personality traits, education, and planned behavior”, **Cogent Education**. 12(1): 2477376; March, 2025.

OECD. **Entrepreneurship and Innovation Policies for The Digital Age**. Paris: OECD Publishing, 2023.

Robehmed, N. (2013). “What is a startup?”, **Forbes**. https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/. December 16, 2023.

Schumpeter, J. A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle**. Massachusetts: Harvard University Press, 1934.

Sheeran, P. “Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review”, **European Review of Social Psychology**. 12(1): 1-36; January, 2002.

Startup Genome. “The global startup ecosystem report 2022”, **The global startup ecosystem report 2022**. https://startupgenome.com/report/global-startup-ecosystem-report-2022. December 20, 2022.

StartupBlink. “Global startup ecosystem index 2023”, **Global startup ecosystem index 2023**. https://www.startupblink.com/startup-ecosystem-index. November 28, 2023.

Zimmerman, B. J. “Self-efficacy: An Essential motive to learn”, **Contemporary Educational Psychology**. 25(1): 82-91; January, 2000.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

ของนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. **เพศของ**
    - ○ ชาย
    - ○ หญิง
    - ○ เพศทางเลือก
2. **ชั้นปีที่กำลังศึกษา**
    - ○ ชั้นปีที่ 1
    - ○ ชั้นปีที่ 2
    - ○ ชั้นปีที่ 3
    - ○ ชั้นปีที่ 4
3. **สาขาวิชาที่ศึกษาในคณะบริหารศาสตร์**
    - ○ สาขาการจัดการธุรกิจ(วิชาเอกผู้ประกอบการ)
    - ○ สาขาการจัดการธุรกิจ (วิชาเอกการจัดการองค์กร)
    - ○ สาขาการตลาด (การตลาดดิจิตัล)
    - ○ สาขาการตลาด (การค้าสมัยใหม่)
    - ○ สาขาการเงินและการลงทุน
    - ○ สาขานวัตกรรมการจัดการโรงแรมและการบริการ
    - ○ สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
    - ○ สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
    - ○ สาขาการบัญชี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยผลัก

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance) หมายถึง ความกล้าของนักศึกษาที่จะเผชิญกับความไม่แน่นอน เช่น การลงทุนเวลา เงิน หรือความพยายามในธุรกิจสตาร์ทอัพ แม้จะมีโอกาสล้มเหลว โดยมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และเติบโต					
1. ฉันสามารถยอมรับความไม่แน่นอนในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพได้					
2. ฉันกล้าที่จะสละเวลาและทรัพยากรเพื่อเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ					
3. ฉันเชื่อว่าความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการทำธุรกิจ					
4. ฉันพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำสตาร์ทอัพ					
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง ความมั่นใจของนักศึกษาว่าตนเองมีทักษะและความรู้เพียงพอที่จะเริ่มต้นและบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพได้ เช่น ความสามารถในการวางแผนธุรกิจหรือแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น					
5. ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถวางแผนธุรกิจได้และนำไปสู่การไปฏิบัติจริง					
6. ฉันเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกิจ					
7. ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถนำทีมเพื่อพัฒนาสตาร์ทอัพได้					
8. ฉันเชื่อว่าฉันมีความสามารถในการตัดสินใจสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ					
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Attitude Toward Entrepreneurship) หมายถึง ความรู้สึกหรือมุมมองของนักศึกษาที่มีต่อการเป็นเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การมองว่าเป็นโอกาสที่น่าตื่นเต้น หรือเชื่อว่าสามารถสร้างอนาคตที่ดีได้จากการทำสตาร์ทอัพ					
9. ฉันมองว่าการเริ่มต้นสตาร์ทอัพเป็นโอกาสที่ท้าทายและน่าสนใจ					

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
10. ฉันเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จในชีวิตได้					
11. ฉันรู้สึกตื่นเต้นเมื่อคิดถึงการสร้างธุรกิจของตนเอง					
12. ฉันมองว่าการเป็นผู้ประกอบการคือวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม					

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยดึง

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง ความเชื่อของนักศึกษาว่าตนเองสามารถควบคุมการกระทำและจัดการทรัพยากร เช่น เวลา หรือเงินทุน เพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้สำเร็จ					
13. ฉันเชื่อว่าฉันสามารถจัดการเวลาทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงานโดยไม่กระทบเรื่องใดเรื่องหนึ่งเมื่อเริ่มต้นธุรกิจ					
14. ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับสตาร์ทอัพได้					
15. ฉันเชื่อว่าฉันสามารถควบคุมเงินทุนสำหรับการทำสตาร์ทอัพได้					
16. ฉันสามารถใช้เครือข่ายทางธุรกิจที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) หมายถึง อิทธิพลจากคนรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน หรืออาจารย์ ที่สนับสนุนหรือคาดหวังให้นักศึกษาเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา					
17. ครอบครัวของฉันสนับสนุนฉันในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ					
18. เพื่อนหรือคนรอบตัวฉันเห็นด้วยและให้กำลังใจในการทำสตาร์ทอัพ					
19. อาจารย์หรือที่ปรึกษาทางการศึกษาของฉันสนับสนุนความคิดในการเป็นผู้ประกอบการ					

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
20. ฉันได้รับแรงบันดาลใจจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสตาร์ทอัพ					
การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) หมายถึง ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับจากคณะบริหารศาสตร์ เช่น การเรียนวิชาการจัดการธุรกิจ หรือการเข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ซึ่งช่วยเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ					
21. ฉันได้รับความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัย					
22. การเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ					
23. ฉันได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากอาจารย์เกี่ยวกับการสร้างธุรกิจ					
24. ฉันคิดว่าฉันสามารถนำความรู้จากการเรียนไปประยุกต์ใช้ในการเริ่มต้นสตาร์ทอัพได้					

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial intention) หมายถึง ความมุ่งมั่นและความพร้อมทางจิตใจของนักศึกษาที่ต้องการเริ่มต้นหรือดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของตนเองในอนาคต โดยแสดงออกผ่านการวางแผน การเรียนรู้ หรือการเตรียมตัวเพื่อสร้างธุรกิจ					
25. ฉันมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต					
26. ฉันมองว่าการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการบรรลุเป้าหมายในชีวิตของฉัน					
27. ฉันตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้และทักษะเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจของฉัน					
28. ฉันพร้อมที่จะปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพของฉันเติบโตอย่างต่อเนื่อง					

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก ข

คำถามสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คำถามสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ในจังหวัดอุบลราชธานี

1. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

คำถามหลัก

- ตอนที่ท่านเริ่มทำธุรกิจใหม่ ๆ รู้สึกว่ามีสิ่งใดที่ควบคุมได้ และสิ่งใดที่ควบคุมไม่ได้?

คำถามเจาะลึก

- ทรัพยากรหรือโอกาสอะไรบ้างที่มีผลต่อความรู้สึกในการควบคุมธุรกิจของท่าน?
- ตอนเริ่มต้นธุรกิจ สภาพแวดล้อมรอบตัว เช่น การเข้าถึงเงินทุนหรือเครือข่าย มีผลต่อความรู้สึกว่าท่านสามารถควบคุมการดำเนินงานได้มากน้อยแค่ไหน
- มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานรัฐอาจช่วยอย่างไรเพื่อให้ ผู้ประกอบการปัจจุบันหรือผู้ที่กำลังจะเริ่มธุรกิจรู้สึกว่าควบคุมได้มากขึ้น? ในฐานะที่อยู่ในจุดที่เป็นผู้ประกอบการแล้ว

2. ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude)

คำถามหลัก

- ท่านมองว่าทัศนคติแบบใดที่ช่วยให้คนรุ่นใหม่กล้าและพร้อมที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ?

คำถามเจาะลึก

- มุมมองทัศนคติของท่านก่อนเริ่มธุรกิจแตกต่างจากหลังเริ่มไหม ถ้าแตกต่าง อย่างไร?
- อะไรเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ท่านเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการคือเส้นทางที่ควรเลือก?
- สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานสนับสนุนควรสร้างสภาพแวดล้อมแบบใดเพื่อหล่อหลอมทัศนคติเชิงบวกนี้ให้กับนักศึกษา? (ทำอะไรเพื่อช่วยให้นักศึกษาหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีทัศนคติที่เหมาะสมต่อการเริ่มธุรกิจ?)

3. การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education)

คำถามหลัก

- จากประสบการณ์ของท่าน การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างไร?

คำถามเจาะลึก

- ท่านได้รับประโยชน์จากการอบรม หลักสูตร หรือกิจกรรมเชิงผู้ประกอบการแบบใดบ้าง?
- ท่านคิดว่าหลักสูตรในมหาวิทยาลัยควรเน้นเชิงทฤษฎีหรือปฏิบัติอย่างไรจึงจะช่วยให้นักศึกษาพร้อมก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการจริง?
- ถ้ามีโอกาสแนะนำมหาวิทยาลัย/ภาครัฐ ท่านอยากให้จัดกิจกรรมหรือสนับสนุนด้านใดเป็นพิเศษ?

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

4. บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms)

คำถามหลัก

- ท่านคิดว่าบทบาทของครอบครัว เพื่อน และสังคมรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจทำสตาร์ทอัพของท่านอย่างไร?

คำถามเจาะลึก

- ในช่วงเริ่มต้น ท่านได้รับแรงสนับสนุนหรือแรงกดดันจากสังคมอย่างไรบ้าง?
- มุมมองของสังคมที่มีต่อสตาร์ทอัพส่งผลกระทบเชิงบวกหรือลบ(ส่งผลต่อความมั่นใจหรือการตัดสินใจ)ต่อการดำเนินธุรกิจของท่านหรือไม่?
- สถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐสามารถสร้างบรรยากาศหรือวัฒนธรรมหรือสังคมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไร?

5. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)

คำถามหลัก

- ท่านประเมินความสามารถของตนเองอย่างไรเมื่อเริ่มต้นธุรกิจ และความเชื่อมั่นนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจลงมือทำมากน้อยเพียงใด?

คำถามเจาะลึก

- ตอนเริ่มแรก ท่านมั่นใจในด้านใดที่สุด และไม่มั่นใจในด้านใด?
- ประสบการณ์หรือการสนับสนุนแบบไหนที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจของท่านมากที่สุด?
- หากนักศึกษายังขาดความมั่นใจ ท่านคิดว่าหน่วยงานการศึกษา/ภาครัฐสามารถทำอะไรเพื่อช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นได้บ้าง?

6. การยอมรับความเสี่ยง (Risk-taking)

คำถามหลัก

- ความเสี่ยงมีบทบาทอย่างไรในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของท่าน?

คำถามเจาะลึก

- ท่านเผชิญกับความเสี่ยงรูปแบบใดมากที่สุดในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ? และจัดการกับมันอย่างไร?
- อะไรช่วยให้ท่านยอมรับความเสี่ยงและกล้าที่จะเดินหน้าต่อไป?
- หน่วยงานการศึกษา/ภาครัฐสามารถช่วยลดความเสี่ยงหรือรองรับความล้มเหลวของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างไร?

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก ค

แบบประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คะแนนแบบประเมิน IOC

จากผู้เชี่ยวชาญ คำชี้แจง: ค่าดัชนีความสอดคล้องสามารถหาได้จากสมการ (IOC)

IOC = ∑R / N

∑R คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N คือ จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ
โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินดังนี้
ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกวา 0.5 สามารถนำมาใช้งานได้
ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกวา 0.5 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข

รายการขอความคิดเห็น	**ผู้เชี่ยวชาญ**			**∑R**	**IOC**	**สรุป**
	คนที่ 1	**คนที่ 2**	**คนที่ 3**			
แบบสอบถาม						
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป						
ข้อที่ 1 เพศ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 อายุ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 3 สาขาที่ศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ตัวแปรปัจจัยผลัก						
คำนิยามศัพท์: การยอมรับความเสี่ยง หมายถึง ความกล้าของนักศึกษาที่จะเผชิญกับความไม่แน่นอน เช่น การลงทุนเวลา เงิน หรือความพยายามในธุรกิจสตาร์ทอัพ แม้จะมีโอกาสล้มเหลว โดยมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และเติบโต						
ข้อที่ 1 ฉันสามารถยอมรับความไม่แน่นอนในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 2 ฉันกล้าที่จะลงทุนเวลาและทรัพยากรเพื่อเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 3 ฉันเชื่อว่าความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการทำธุรกิจ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 4 ฉันพร้อมรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำสตาร์ทอัพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			∑R	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
คำนิยามศัพท์: การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความมั่นใจของนักศึกษาว่าตนเองมีทักษะและความรู้เพียงพอที่จะเริ่มต้นและบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพได้ เช่น ความสามารถในการวางแผนธุรกิจหรือแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น						
ข้อที่ 5 ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 6 ฉันเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 7 ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถนำทีมเพื่อพัฒนาสตาร์ทอัพได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 8 ฉันเชื่อว่าฉันมีความสามารถในการตัดสินใจสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
คำนิยามศัพท์: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ หมายถึง ความรู้สึกหรือมุมมองของนักศึกษาที่มีต่อการเป็นเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การมองว่าเป็นโอกาสที่น่าตื่นเต้น หรือเชื่อว่าสามารถสร้างอนาคตที่ดีได้จากการทำสตาร์ทอัพ						
ข้อที่ 9 ฉันมองว่าการเริ่มต้นสตาร์ทอัพเป็นโอกาสที่ท้าทายและน่าสนใจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 10 ฉันเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จในชีวิตได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 11 ฉันรู้สึกตื่นเต้นเมื่อคิดถึงการสร้างธุรกิจของตนเอง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 12 ฉันมองว่าการเป็นผู้ประกอบการคือวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 3 ตัวแปรปัจจัยดึง						
คำนิยามศัพท์: การรับรู้ความสามารถในการคุมพฤติกรรม หมายถึง ความเชื่อของนักศึกษาว่าตนเองสามารถควบคุมการกระทำและจัดการทรัพยากร เช่น						

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			∑R	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
เวลา หรือเงินทุน เพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้สำเร็จ						
ข้อที่ 13 ฉันเชื่อว่าฉันสามารถจัดการเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเริ่มต้นธุรกิจ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 14 ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับสตาร์ทอัพได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 15 ฉันเชื่อว่าฉันสามารถควบคุมเงินทุนสำหรับการทำสตาร์ทอัพได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 16 ฉันสามารถใช้เครือข่ายทางธุรกิจที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
คำนิยามศัพท์: บรรทัดฐานทางสังคม หมายถึง อิทธิพลจากคนรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน หรืออาจารย์ที่สนับสนุนหรือคาดหวังให้นักศึกษาเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา						
ข้อที่ 17 ครอบครัวของฉันสนับสนุนฉันในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 18 เพื่อนหรือคนรอบตัวฉันเห็นด้วยและให้กำลังใจในการทำสตาร์ทอัพ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
ข้อที่ 19 อาจารย์หรือที่ปรึกษาทางการศึกษาของฉันสนับสนุนความคิดในการเป็นผู้ประกอบการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 20 ฉันได้รับแรงบันดาลใจจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสตาร์ทอัพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
คำนิยามศัพท์: การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ หมายถึง ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับจากคณะบริหารศาสตร์ เช่น การเรียนวิชาการจัดการธุรกิจ หรือการเข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ซึ่งช่วยเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ						
ข้อที่ 21 ฉันได้รับความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัย	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

รายการขอความคิดเห็น	ผู้เชี่ยวชาญ			∑R	IOC	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ข้อที่ 22 การเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสตาร์ทอัพช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 23 ฉันได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากอาจารย์เกี่ยวกับการสร้างธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 24 ฉันคิดว่าฉันสามารถนำความรู้จากการเรียนไปประยุกต์ใช้ในการเริ่มต้นสตาร์ทอัพได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 วัดความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ						
คำนิยามศัพท์: ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความมุ่งมั่นและความพร้อมทางจิตใจของนักศึกษาที่ต้องการเริ่มต้นหรือดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของตนเองในอนาคต โดยแสดงออกผ่านการวางแผนการเรียนรู้ หรือการเตรียมตัวเพื่อสร้างธุรกิจ						
ข้อที่ 25 ฉันมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 26 ฉันมองว่าการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการบรรลุเป้าหมายในชีวิตของฉัน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 27 ฉันตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้และทักษะเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจของฉัน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อที่ 28 ฉันพร้อมที่จะปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพของฉันเติบโตอย่างยั่งยืน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี