

การตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

พรรัตน์ แสงหาญ¹

¹สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยสำรวจความคิดเห็นจากนิสิต/ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการสอนด้านการบริหารจัดการ ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจจะทำงานในภาคเอกชนหลังสำเร็จการศึกษา และตัดสินใจทำงานอื่นก่อนเพื่อให้มีประสบการณ์ จากนั้นจึงจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นไปตามแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ถึงความต้องการของตัวเองในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ความพร้อมในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่ประกอบด้วยการให้ความรู้และการให้คำปรึกษาของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และภาพลักษณ์ของสตาร์ทอัพ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ สตาร์ทอัพ เจนเนอเรชัน Y เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Decision-making in Start-up Business of Generation Y at the Eastern Economic Corridor

Pornrat Sadangharn¹

¹Human Resource Management Program, Faculty of Management and Tourism, Burapha University

Abstract

This research aimed at investigating the decision-making and causal factors controbuting to decision-making in start-up business in the group of generation Y studying in the area of Eastern Economic Corridor. In this survey study, the opinions of the 4th year university students studying management in the universities located in the Eastern Economic Corridor area were examined. The result showed that generation Y in the Eastern Economic Corridor area intended to run start-up businesses whereas most of them decided to gain experiences by working in organizations before establishing their own companies. Causal factors of generation Y decision-making in start-up business in the Eastern Economic Corridor area were in accordance with the Shapero's Entrepreneurial Event (SEE) model which comprised of perception of desirability, propensity to act, and perception of feasibility. In addition, surrounding factors that could support start-up business included knowleage disimination and consultation from the universities, and image of start-up business.

Keywords: Decision-making, Start-up Business, Generation Y, Eastern Economic Corridor

Received: 22 August 2019

Revised: 29 January 2020

Accepted: 24 February 2020

บทนำ

รัฐบาลได้กำหนดให้การสร้างผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นหรือสตาร์ทอัพเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศตามวิสัยทัศน์ประเทศไทย 4.0 ที่มีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2562) ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง องค์การที่จัดตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจที่ทำซ้ำได้และขยายตัวได้หรือเติบโตแบบก้าวกระโดด สร้างกำไรและเพิ่มผู้ใช้ได้เรื่อย ๆ (Repeatable) และสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นจนกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ (Scalable) (โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2561)

อย่างไรก็ดี การจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ Drucker (2014 อ้างถึงใน ชัยวัฒน์ ไข่มุข, 2560) ได้เสนอไว้ว่าความสำเร็จของธุรกิจมิได้เกิดจากการมีทรัพยากรมากกว่าคู่แข่งหรือความสามารถในการคิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมเท่านั้น หากแต่จะเกิดจากความสามารถของผู้ประกอบการในการแปรเปลี่ยนสิ่งใหม่ที่ได้ค้นพบให้กลายเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ในตลาดได้

หากพิจารณาถึงผู้ที่มีลักษณะเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพแล้ว จะเห็นได้ว่าคนรุ่นใหม่หรือบุคคลเจนเนอเรชัน Y เป็นผู้ที่มีลักษณะสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ทั้งนี้ บุคคลเจนเนอเรชัน Y หมายถึง ผู้ที่เกิด พ.ศ. 2520-2535 ซึ่งเกิดและเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เป็นวัยที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นคนทันสมัย ทันเทคโนโลยี สามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัยได้คล่องแคล่ว มีบุคลิกลักษณะที่เป็นไปตามสมัยนิยม กล้าแสดงออกและกล้าที่จะคิด กล้าทำในสิ่งใหม่ เป็นผู้มีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น และมีความเป็นตัวของตัวเองสูง (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2552)

ดังนั้น การตัดสินใจจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของบุคคลเจนเนอเรชัน Y จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรทำการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิจัยครั้งนี้จึงได้นำโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ (Shapero's Entrepreneurial Event: SEE) ที่เสนอโดย Shapero & Sokol (1982) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษา ซึ่งโมเดล SEE ระบุว่า การตัดสินใจเลือกที่จะก่อตั้งธุรกิจของตนเองจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. การรับรู้ความปรารถนาของการกระทำ (Perception of Desirability) หมายถึง ความรู้สึกว่าการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ดี น่าพอใจ ได้รับความสนับสนุนยอมรับจากบุคคลอื่น
2. แนวโน้มที่จะกระทำ (Propensity to Act) หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะกระทำพฤติกรรมตามความตั้งใจ มักเกี่ยวข้องกับการมีทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจ

3. การรับรู้ความเป็นไปได้ (Perception of Feasibility) หมายถึง ความรู้สึกว่าการกระทำนั้นมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งครอบคลุมถึงความพร้อมในการดำเนินการประกอบธุรกิจด้วย

นอกจากโมเดล SEE ที่พบว่าสามารถอธิบายถึงการตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจแล้ว Autio & Salonen (1997) ยังพบว่าการให้ความรู้จากมหาวิทยาลัย และภาพลักษณ์ความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ต่างล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัย ส่วนตัวแปรสำคัญอีกตัวแปร คือ รูปแบบการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดตรรกะการตัดสินใจของ Sarasvathy (2001) ที่จำแนกประเภทของการตัดสินใจเป็น 2 ประเภท คือ ตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ (Causation) และการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล (Effectuation) โดยการตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุเป็นรูปแบบการตัดสินใจที่มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนรองรับ โดยมีสมมุติฐานว่าสามารถคาดการณ์หรือพยากรณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ การตัดสินใจเริ่มจากการมีเป้าหมาย แล้วจึงกำหนดวิธีการที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ส่วนการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลเป็นรูปแบบการตัดสินใจที่ไม่มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนรองรับ แต่กลยุทธ์จะผันแปรไปตามสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดหมายได้ การตัดสินใจจึงเริ่มจากการมีวิธีการและทรัพยากร แล้วจึงกำหนดเป้าหมายที่สามารถทำได้

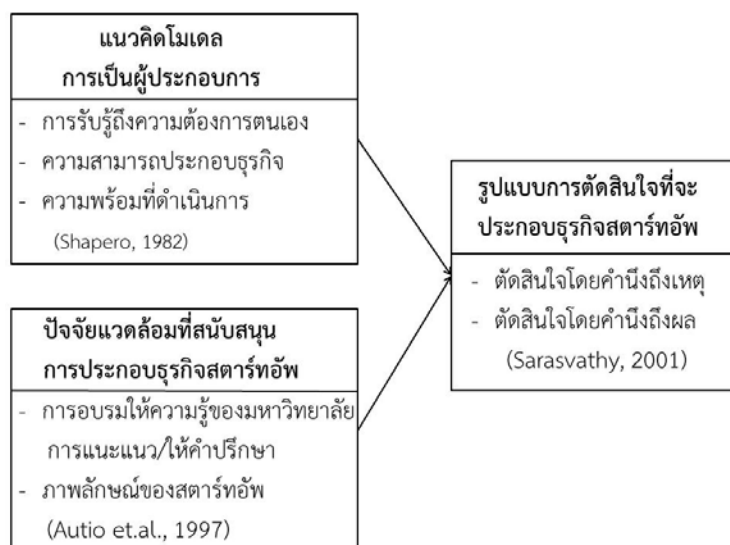
อย่างไรก็ดี จากการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y โดยตรงในประเทศไทยยังมีอยู่จำกัดส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น งานของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2560) ที่จัดทำรายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัย Startup-Profile ที่ทบทวนวรรณกรรมและให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ หรืองานของณัฐนัย ตรีเนตรสัมพันธ์ และ สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน (2559) ที่ศึกษาการพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยวิธีการสินสตาร์ทอัพ สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศมีอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก เช่น งานของ Gabrielsson & Polits (2011) ที่ศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกอาชีพโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงขับเคลื่อนบุคคลกับรูปแบบในการตัดสินใจ ในขณะที่ Nabi Holden & Walmsley (2006) ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา เป็นต้น ดังนั้น จึงมีช่องว่างการวิจัย (Research Gap) ที่จะศึกษาถึงการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่รัฐบาลมีเป้าหมายในการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่เพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศ ให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ

ขอบเขตของการวิจัย

จากโมเดล SEE ของ Shapero (1982) ที่กล่าวว่าโมเดลการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจ ประกอบกับงานของ Autio et. al. (1997) ที่กล่าวถึงปัจจัยแวดล้อมหรือบริบทที่สนับสนุนให้มีการตัดสินใจประกอบธุรกิจ จึงนำมาสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สำหรับประชากรที่เป็นบุคคลเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย และบางส่วนก็ไม่อาจผันตัวมาประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้อันเนื่องจากข้อจำกัดพื้นฐานอื่นๆ เช่น พื้นฐานทางครอบครัว การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ฯลฯ ในการวิจัยครั้งนี้จึงเจาะจงไปที่ นิสิต/ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ผู้ที่กำลังจะก้าวสู่ตลาดแรงงานและจะเป็นเจนเนอเรชัน Y ในอนาคต ทั้งนี้ เนื่องจากมีผลการวิจัยของ Lee (2014), Swamidass (2013) และ Nabi, Holden, & Walmsley (2006) ที่ได้ระบุว่าผู้ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็นผู้ที่มีโอกาสที่จะประกอบธุรกิจ อันเนื่องมาจากความรู้และการสนับสนุนที่ได้จากมหาวิทยาลัย โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูล

จากนิสิต/ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการสอนด้านการบริหารจัดการ ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยมีจำนวนมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น 6 แห่ง แต่เนื่องด้วยมหาวิทยาลัย 1 แห่ง ไม่สะดวกในการให้ข้อมูล จึงทำให้การวิจัยครั้งนี้ มีมหาวิทยาลัยที่เก็บข้อมูลได้ จำนวน 5 แห่ง โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,455 คน สำหรับการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำแนกตามรายมหาวิทยาลัย โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 359 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นได้นำแบบสอบถามส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านโครงสร้างของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน แยกเป็นนักวิชาการ 2 ท่าน และผู้มีความเชี่ยวชาญด้านสตาร์ทอัพ 1 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ จากนั้นได้นำผลการพิจารณาจากทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50–1.00 เป็นคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ได้พิจารณาปรับปรุง ทั้งนี้ มีข้อคำถามที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 43 ข้อ

จากนั้นได้ดำเนินการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้แก่ นิสิต/ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ของสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการสอนด้านการบริหารจัดการที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการหาความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามวิธีการของ Cronbach โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97

จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่จำแนกตามรายมหาวิทยาลัย ได้จำนวนรวม 359 คน ในการเลือกตัวอย่างที่จะให้ข้อมูล ได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนิสิต/ นักศึกษาที่พบในวันเก็บข้อมูลและยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามจนครบจำนวนที่กำหนดไว้ในแต่ละมหาวิทยาลัย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการคำนวณทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยการหาความถี่และร้อยละ (Frequency & Percentage)
2. ตัวแปรต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)
3. ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย

จากการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 ชุด พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 321 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับ (Response Rate) ร้อยละ 89 สำหรับรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. การตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ตารางที่ 1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจทำงานอื่นก่อนเพื่อให้มีประสบการณ์ จากนั้นจึงจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 173 คน (ร้อยละ 53.9) รองลงมา อาจจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ยังไม่ตัดสินใจ จำนวน 95 คน (ร้อยละ 29.6) ไม่ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างแน่นอน จำนวน 21 คน (ร้อยละ 6.5) ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา จำนวน 19 คน (ร้อยละ 5.9) และอื่น ๆ จำนวน 13 คน (ร้อยละ 4.1) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ (n= 321)

การตัดสินใจเกี่ยวกับประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา	19	5.9
ทำงานอื่นก่อนเพื่อให้มีประสบการณ์ จากนั้นจึงจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	173	53.9
อาจจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ยังไม่ตัดสินใจ	95	29.6
ไม่ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างแน่นอน	21	6.5
อื่น ๆ	13	4.1
รวม	321	100

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 2 ที่พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.70$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามความเห็นด้วยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การรับรู้ถึงความต้องการของตนเองในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.63$) รองลงมา ได้แก่ ทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X} = 3.84$, $SD = 0.62$) และความพร้อมในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X} = 3.36$, $SD = 0.85$) ตามลำดับ

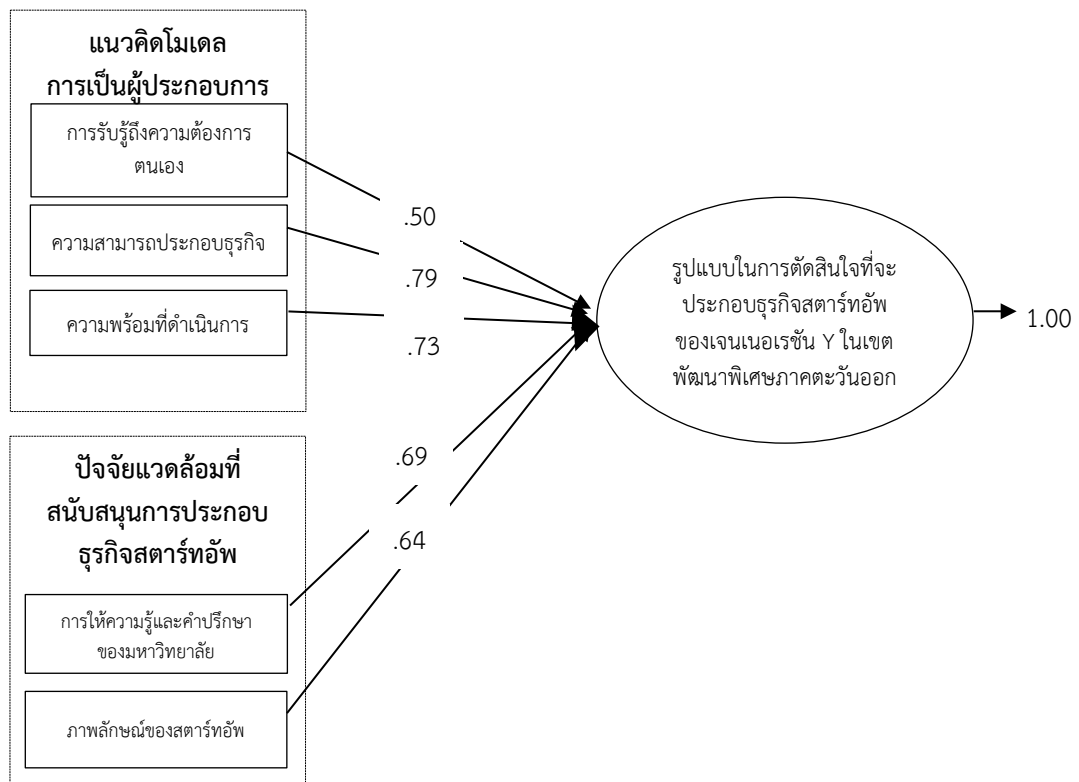
ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.63$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามความเห็นด้วยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสตาร์ทอัพ ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.68$) รองลงมา คือ การให้ความรู้และการให้คำปรึกษาของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ($\bar{X} = 3.75$, $SD = 0.58$)

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับรูปแบบการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 0.68$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามความเห็นด้วยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.68$) และรองลงมาได้แก่ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ ($\bar{X} = 3.78$, $SD = 0.67$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (n= 321)

ปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจ	$\bar{X}$	SD	แปลความ
แนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ (SEE)			
การรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง	4.01	0.63	มาก
ทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.84	0.62	มาก
ความพร้อมในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.36	0.85	ปานกลาง
ภาพรวม	3.74	0.70	มาก
ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ			
การให้ความรู้และให้คำปรึกษาของมหาวิทยาลัย	3.75	0.58	มาก
ภาพลักษณ์ของสตาร์ทอัพ	3.82	0.68	มาก
ภาพรวม	3.79	0.63	มาก
รูปแบบการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ			
การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ	3.78	0.67	มาก
การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล	3.82	0.68	มาก
ภาพรวม	3.80	0.68	มาก

เพื่อยืนยันว่าโมเดลการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่พัฒนาขึ้นตามกรอบการวิจัยนี้ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลดังกล่าว ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

จากภาพที่ 2 แสดงถึงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล พบค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ เท่ากับ 59.91 df= 30 p-value = .0 NFI= .95 NNFI= .96 GFI= .96 RMSEA = .03 RMR = .025 และ SRMR = .04 จึงสรุปได้ว่าโมเดลในการวิจัยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือกล่าวอีกนัยก็คือโมเดลการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกประกอบด้วยแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยที่องค์ประกอบด้าน ทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านความพร้อมในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ การให้ความรู้และคำปรึกษาจากมหาวิทยาลัย ภาพลักษณ์ของสตาร์ทอัพ และการรับรู้ถึงความต้องการของตนเองในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนจะทำงานในภาคเอกชนเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ทำธุรกิจส่วนตัว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ

จิรนนท์ ไวยศรีแสง (2552) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และพบ เช่นเดียวกันว่า นักศึกษาตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพบริษัทหรือห้างร้านเอกชนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อาชีพทำงานส่วนตัวหรือประกอบอาชีพอิสระ อาชีพราชการ อาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพองค์การระหว่างประเทศและอันดับสุดท้ายคืออาชีพอื่น ๆ เช่น งานบริการ ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของ เจนเนอเรชั่น Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่อ้างอิงจากแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ ของ (Entrepreneurial Event: SEE) ที่เสนอโดย Shapero & Sokol (1982) พบว่าสอดคล้องและใกล้เคียงกับงานวิจัยจากต่างประเทศที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลในด้านการรับรู้ เช่น งานของ Barbosa, Fayolle, & Smith (2019) ที่ศึกษาถึงศึกษาถึงผลของกระบวนการรับรู้ อคติ และความมั่นใจมากเกินไป ที่มีต่อการเริ่มเข้าไปประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ และผลวิจัย ในปัจจัยที่นิสิต/นักศึกษาต้องการความมั่นคงทางการเงินในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัย ของศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบ อาชีพของบัณฑิต กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอยู่ในลำดับแรก คือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน แต่แตกต่าง เล็กน้อยกับงานของ นพอนันต์ เพียรมั่นคง (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพของ นักศึกษาสาขาการจัดการการบิน สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก วิทยาเขตบางพระ ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพด้านความสัมพันธ์กับ เพื่อนร่วมงานมีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านความมั่นคง ในการทำงานความก้าวหน้าในอาชีพ และสุดท้ายคือด้านลักษณะของงาน ตามลำดับ

ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในด้านการให้ความรู้ และการให้ คำปรึกษาของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ และความรู้ ความเข้าใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Swamidass (2013) ที่ชี้ว่ามหาวิทยาลัยควรให้การสนับสนุนการ ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยจะไม่สามารถต่อยอดเป็น ธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้หากไม่ได้ดำเนินการในรูปแบบของสตาร์ทอัพ แต่ความสำเร็จดังกล่าว จำเป็นต้องมีการส่งเสริมปัจจัยส่วนบุคคลและเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยอย่างแท้จริง

ส่วนรูปแบบการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งประกอบด้วยการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงเหตุ และการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลนั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Mansoori and Lackeus (2019) ที่วิเคราะห์วิธีการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการใน 6 ด้าน ประกอบด้วยการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงผล (Effectuation) การวางแผนตามสิ่งที่ค้นพบ (Discovery-driven Planning) การเป็นผู้ประกอบการ (Prescriptive Entrepreneurship) การวางแผนธุรกิจ (Business Planning) การสร้าง

สตาร์ทอัพที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญหรือสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ (The Lean Startup Methodology) และการคิดออกแบบ (Design Thinking) และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gabrieleess and Politis (2011) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ โดยจำแนกเป็นการตัดสินใจที่คำนึงถึงเหตุ (Causation) และการตัดสินใจที่คำนึงถึงผล (Effectuation) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ (Career Motive) สูงจะใช้รูปแบบการตัดสินใจที่คำนึงถึงผล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้ จำแนกเป็น 2 ประเด็นคือ ข้อเสนอเกี่ยวกับการนำผลวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติกับข้อเสนอสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอเกี่ยวกับการนำผลวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่านิสิต/ นักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการสอนด้านการบริหารจัดการ ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ยังไม่วางแผนอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา รวมถึงยังไม่ตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพหลังสำเร็จการศึกษา แม้จะมีการรับรู้ถึงความต้องการของตนเองในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีความรู้และความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ยังไม่มีความพร้อมมากพอที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ดังนั้น ในทางปฏิบัติมีข้อเสนอแนะให้มหาวิทยาลัยสร้างเสริมความพร้อมที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังต่อไปนี้

1.1 มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพให้มากขึ้นสำหรับผู้สนใจจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยอาจจัดให้มีการเรียนการสอนหลักสูตรเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และการกำหนดให้ผู้เรียนลงทะเบียนเรียนวิชาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งเป็นการให้ความรู้ในเชิงลึก นอกเหนือไปจากการอบรมในระยะสั้น ที่สามารถดำเนินการได้ตลอดเวลา

1.2 มหาวิทยาลัยควรมีโครงการแนะนำอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อให้นิสิต/ นักศึกษาจะได้ประเมินตนเองและวางแผนการประกอบอาชีพที่ตรงกับความสนใจของตน

1.3 ด้วยรูปแบบการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล มหาวิทยาลัยควรปลูกฝังให้นิสิต/ นักศึกษา เข้าใจถึงการบริหารความไม่แน่นอน การบริหารการเปลี่ยนแปลง และการบริหารความเสี่ยง ด้วยเครื่องมือทางการบริหารตามแต่กรณี

2. ข้อเสนอสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยรูปแบบการตัดสินใจรูปแบบอื่น ๆ เช่น การวางแผนตามสิ่งที่ค้นพบ (Discovery-driven Planning) การเป็นผู้ประกอบการ

(Prescriptive Entrepreneurship) การวางแผนธุรกิจ (Business Planning) การสร้างสตาร์ทอัพที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญหรือสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ (The Lean Startup Methodology) และการคิดออกแบบ (Design Thinking)

2.2 ควรศึกษาถึงการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในกลุ่มนิสิต/นักศึกษาในสาขาวิชาอื่น เช่น วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์สุขภาพ หรือสาขาอื่น ๆ ซึ่งมีโอกาสที่จะพัฒนามาเป็นผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้

2.3 ควรศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่สนใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างชัดเจน เช่น กลุ่มที่เข้าร่วมการนำเสนอผลงาน (Startup Pitching) ในเวทีต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2562). *ปฏิรูปกระทรวงวิทย์ฯ จัดทัพกระทรวงใหม่* ตอบโจทย์ Thailand 4.0. [ข่าว]
- สืบค้นจาก <https://www.mhesi.go.th/main/th/34-news/news-gov/7355-newministry>
- โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2561). *กิจกรรม Startup Thailand League 2018*. [ข่าวกิจกรรม]
- สืบค้นจาก http://www.startup.su.ac.th/?page_id=203
- จิรนนท์ ไวยศรีแสง. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชัยวัฒน์ ใบไม้. (2560). สตาร์ทอัพ: นิยามความสำคัญ และแนวทางการวิจัย. *วารสารนักบริหาร*, 37(2), 10-21.
- ณัฐนัย ตริเนตรสัมพันธ์ และ สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน. (2559). การพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยวิธีการสินสตาร์ทอัพ. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร.*, 39(3), 337-351.
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของ เจเนอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจเนอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31(3), 1-25.
- นพอนันต์ เพียรมั่นคง. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาการจัดการ การบินสถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7* (หน้า 24-38). มหาวิทยาลัยมหาดไทย.

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัย THAILAND ISO STARTUP PROFILE. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีประทุม วิทยาเขตชลบุรี (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีประทุม, ชลบุรี.
- Autio, E., Yli-Renko., & Salonen, A. (1997). International growth of young technology based firms: A resource-based network model. *Journal of Enterprising Culture*, 5(1), 57-73.
- Barbosa, S.D., Fayolle, A. & Smith, B.R. (2019). Biased and overconfident, unbiased but going for it: How framing and anchoring affect the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, (in Press).
- Gabrielsson, J. & Polits, D. (2011). Career motives and entrepreneurial decision-making: Examining preferences for causal and effectual logics in the early stage of new ventures. *Small Business Economics*, 36, 281-298.
- Lee, J. y. (2014). Seven hundred days of startup: A day in the life of a medical student in silicon valley, *Academic Psychiatry*, 38(1), 52-54.
- Mansoori, Y., & Lackeus, M. (2019). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking, *Small Business Economics*, [Research] Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00153-w>
- Nabi, G., Holden, R., & Walmsley, A. (2006). Graduate career-making and business start-up: A literature review. *Education and Training*, 48(5), 373-385.
- Sarasvathy, S.D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 6(2), 243-288.
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship, in Kent, C. A., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. (Eds.): *Encyclopedia of entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, pp.72-90.
- Swamidass, P.M. (2013). University startups as a commercialization alternative: Lessons from three contrasting case studies. *The Journal of Technology Transfer*, 38(6), 788-808.