

**ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup
ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา**
**Attitudes that Affect the Intention to Startup Business of the 4th Year
Undergraduate Students in Nakhon Ratchasima**

ขวัญกมล ดอนخوا¹ ปวงปนต สอพบุนทด² วาสนา ทองอยู่³ สุไพรินทร์ แนนอุดร⁴ และแว่ววิไล เครื่องพาที⁵
Khwanamon Donkhwa¹, Puangpanot Sopkuntod², Watsana Thongyu³, Supailin Nan-u-don⁴,
and Waeowilai Khruaephatti⁵

¹⁻⁵สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
e-mail: kwnkamol@sut.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 20 มิ.ย. 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 10 ก.ค. 2562

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 12 ก.ค. 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup 2) เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษาที่มีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในหลักสูตรการจัดการหรือบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศหรือวิทยาศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 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 โดยนักศึกษาในหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศหรือวิทยาศาสตร์มีระดับความรู้ความเข้าใจในระดับที่มากกว่าหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกพบว่ามีค่าแตกต่างกันน้อยมาก

คำสำคัญ : ทัศนคติ, ความตั้งใจ, ธุรกิจ Startup, นักศึกษาอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4, จังหวัดนครราชสีมา

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the intention of owning the startup business, 2) to analyse the attitudes that affected the intention of owning the startup business, and 3) to analyse the demographic factors in a curriculum of education that affected the attitude in owning the startup business. Data were collected from students varied in their disciplines of (I) Management or Business Administration, (II) Information Technology or Communication Arts, and (III) Engineering from Suranaree University of Technology and Rajamangala University of Technology Isan in Nakhon Ratchasima with a total of 200 samples. Additionally, questionnaire was used to collect data and to analyze by using descriptive statistics and inferential statistics.

The study results were found that : 1) the 4th undergraduate students had the level of intention of owning the startup business in the overall at a high level with the mean of 3.65, 2) the attitude factors on behavior and cognition affected the intention of owning the startup business with the influence of 0.512 and 0.137, respectively, except the attitude of affection, and 3) the 4th undergraduate students from different educational disciplines had different levels on the attitude factor of cognition and affection. Specifically, the students in the Information Technology Program or Communication Arts Program had a relatively higher level of cognition than the engineering. In term of the attitude factor of affection, there was a little difference.

Keywords: Attitudes, Intention, Startup Business, 4th Year Undergraduate Students, Nakhon Ratchasima

บทนำ

บริษัทหลายแห่งในศตวรรษที่ 21 กำลังก้าวข้ามการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิมโดยการเปลี่ยนมาเป็นบริษัทขนาดเล็กที่รู้จักกันในนามวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หรือ “ธุรกิจ Startup” โดยองค์กรเหล่านี้ได้ตระหนักถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในสิ่งที่แตกต่างกัน โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหรือองค์กรสามารถค้นพบตลาดใหม่เฉพาะกลุ่มที่สามารถทำได้มากโดยไม่ต้องลงทุนมากซึ่งเป็นการเริ่มต้นสู่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมรูปลักษณ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที่ตามบริบทของสังคม วัฒนธรรม จิตวิทยา และรูปแบบการใช้งานเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีที่สุดของผู้บริโภค (Moroni, Arruda, & Araujo, 2015) โดยวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) เป็นองค์กรที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาดภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นอย่างยิ่ง (Ries, 2011) นอกจากนี้ยังเป็นองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาหารูปแบบธุรกิจที่สามารถทำซ้ำและขยายขนาดได้ โดยมีเป้าหมายซึ่งอาจมาจากรายได้ ผลกำไร ผู้ใช้งาน หรืออาจเป็นเพียงแค่การเข้าร่วมกิจกรรม เช่น อัตราการคลิกผ่านเว็บไซต์ ตามที่เจ้าของธุรกิจและนักลงทุนได้ตกลงร่วมกัน (Blank & Dorf, 2012)

อีกทั้งยังหมายถึงธุรกิจที่เริ่มต้นขึ้นใหม่โดยอาจถูกผลักดันจากผู้ประกอบการเพียงคนเดียวและเริ่มต้นมาจากทรัพยากรด้านเงินทุนและบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

สำหรับวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หรือ “ธุรกิจ Startup” ได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความท้าทายสำหรับหลายๆ ประเทศ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ดังนั้นความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการสมัยใหม่ (Fayolle & Linan, 2014) โดยในปัจจุบันได้มีการฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นหนึ่งในระบบสนับสนุนการเริ่มต้นที่สำคัญเพื่อกระตุ้นความคิดการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียน นิสิต นักศึกษา และผู้ที่ให้ความสนใจที่มีความต้องการในเส้นทางอาชีพของผู้ประกอบการ ในขณะที่มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ในประเทศที่พัฒนาแล้วได้เปิดสอนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 หรือ ปีพ.ศ. 2530

สำหรับประเทศไทยนั้น รัฐบาลมีนโยบายปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศและวิสัยทัศน์นายกรัฐมนตรีที่ต้องการพัฒนา “วิสาหกิจเริ่มต้น เป็นนักรบทางเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior: NEW) และกำหนดให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่เปิดสำหรับการเติบโตของอาเซียน” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นสามารถใช้ทรัพยากรของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศในพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา ในการสร้างความตระหนักและความตื่นตัวแนวคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ส่งเสริมการบ่มเพาะและการพัฒนาผู้ประกอบการ (Incubation) ตลอดจนการเร่งรัดธุรกิจสู่ตลาดสากลก่อให้เกิดการลงทุน ทั้งจากการลงทุนร่วมทุน (Venture Capital) นักลงทุนบุคคล (Angel) และนักลงทุนบริษัทขนาดใหญ่ (Corporate Venture Capital) ในวิสาหกิจเริ่มต้น สนับสนุนการเร่งพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและสังคมฐานความรู้โดยให้ความสำคัญแก่การเป็นพื้นที่เปิด 4 ประการ ได้แก่ 1) ผู้ที่มีทักษะสูงจากทั่วโลก (Talent) 2) เร่งการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Business Growth) 3) สนับสนุนการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น (Investment) 4) การสร้างและพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Ecosystem) (คณะทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒनावิสาหกิจเริ่มต้น Startup, 2560)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ ได้พัฒนาแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ของประเทศไทย (พ.ศ. 2559 - 2564) ซึ่งได้กำหนดแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ของไทย โดยเร่งดำเนินการให้มีการเพิ่มบทบาทของมหาวิทยาลัยในการสร้างความตระหนัก สร้างความตื่นตัว การบ่มเพาะวิสาหกิจเริ่มต้น การบริหาร จัดการนวัตกรรม ตลอดจนการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี ผลักดันให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งสร้างสรรค์ ความคิดและนวัตกรรม ซึ่งเป็นรากฐานในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ จำเป็นต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการผลักดันให้มหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ (Entrepreneurial University) และดำเนินการร่วมกับภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุน นักศึกษา นักวิจัย และผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จะส่งเสริมพัฒนาธุรกิจจากความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมได้ และเป็น กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตของประเทศ ขณะเดียวกันได้ดำเนินโครงการ National Campaign Startup Thailand เพื่อเป็นการระดมวิสาหกิจเริ่มต้นทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดจนนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒनावิสาหกิจเริ่มต้นของไทย ให้มารวมตัวกันและแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ

ประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ในระดับนานาชาติ สามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด ช่วยผลักดันให้เกิดกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นขึ้นในประเทศไทยและส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ตลอดจนเป็นส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาลไปสู่การปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศที่เข้มแข็งและก้าวหน้าทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2548)

นโยบายของรัฐบาลไทยในปัจจุบันจึงเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงพื้นฐานทางเศรษฐกิจจากเดิมที่เน้นการพึ่งพาการผลิตจากการใช้ทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-based) และการผลิตจากการใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor-intensive) ไปสู่การใช้ความรู้เป็นฐาน (Knowledge-based) หรือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เน้นการผลิตสินค้าและบริการจากการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนตามนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2558) โครงสร้างของเศรษฐกิจไทยในอนาคต จึงมีแนวโน้มที่จะขับเคลื่อนโดยผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ หรือธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

ด้วยความน่าสนใจดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของสถาบันการศึกษา เนื่องจากสถาบันการศึกษาถือว่าเป็นองค์การหนึ่งที่มีส่วนสำคัญที่จะพัฒนาและเสริมสร้างความเป็นนักธุรกิจให้กับนักศึกษา ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยจังหวัดนี้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอน และเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการเริ่มต้นการประกอบธุรกิจใหม่ในอนาคต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคม อีกทั้งยังเป็นการร่วมสร้างการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เป้าหมายในการเติบโตได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานตามนโยบายของรัฐบาล

ทั้งนี้ในบทความวิจัยได้อธิบายถึงบทนำและความสำคัญ วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษาที่มีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา
2. ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup)

Blank & Dorf (2012) ได้นิยามคำว่า วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หมายถึง องค์กรที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหารูปแบบธุรกิจที่สามารถทำซ้ำและขยายขนาดได้ โดยมีเป้าหมายซึ่งอาจมาจากรายได้ ผลกำไร ผู้ใช้งาน หรืออาจเป็นเพียงแค่การเข้าร่วมกิจกรรม เช่น อัตราการคลิกผ่านเว็บไซต์ ตามที่เจ้าของธุรกิจและนักลงทุนได้ตกลงร่วมกัน นอกจากนี้การมีเพียงแค่แนวคิด (Idea) ที่ดีอย่างเดียวไม่เพียงพอจะต้องมีการเขียนแผนธุรกิจ (Business Model) ขึ้นมาด้วย ดังนั้นสิ่งที่ต้องทำก่อนสร้างธุรกิจขึ้นมาจริง ๆ คือการทดสอบแนวคิดกับโลกความเป็นจริงก่อนว่ามีแนวโน้มอย่างไร

ในขณะที่ Ries (2011) ก็ได้นิยามคำว่า วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หมายถึง เป็นองค์กรของมนุษย์ที่ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาดภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นอย่างยิ่ง

Sasin Management Consulting (2016) ได้กล่าวว่า วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หมายถึง ธุรกิจที่เริ่มต้นขึ้นใหม่หรือธุรกิจเพิ่งเริ่มเกิด โดยอาจถูกผลักดันจากผู้ประกอบการเพียงคนเดียว และเริ่มต้นจากทรัพยากรด้านเงินทุนและบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งลักษณะสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น มีดังต่อไปนี้

1. วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) เน้นขายแนวคิดและประสบการณ์หรือนำเสนอคุณค่าใหม่ (Value Proposition) โดยใช้นวัตกรรม (Innovation) และการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ (Disruptive Technology) เพื่อสร้างความแตกต่าง

2. วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) มีเป้าหมายที่จะเติบโตแบบก้าวกระโดด ซึ่งวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) อาจเริ่มจากการเป็นเจ้าของธุรกิจเดียวขนาดเล็ก ๆ ก่อนจะขยายและเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยการตอบสนองต่อลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มต่าง ๆ อย่างคล่องตัวและว่องไว

3. วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ไม่ได้หาทุนโดยการกู้ยืมเงินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ แต่จะมีการระดมทุนผ่านนักลงทุน ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) นักลงทุนในรูปแบบองค์กร (Venture Capital) หรือการระดมทุนจากมวลชน (Crowd Funding) เป็นต้น

จากความหมายของคำว่า วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) คือ องค์กรขนาดเล็กที่เริ่มต้นจากการรวมตัวกันของบุคคลจำนวนไม่มากตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อดำเนินธุรกิจโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สร้างสรรค์จากนวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านการลงทุนจากนักลงทุนซึ่งจะเข้ามามีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งเพื่อให้ธุรกิจสามารถ เติบโตได้อย่างก้าวกระโดด

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทางจิตวิทยาสังคม การสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Roger (1978) ให้คำจำกัดความไว้ว่าทัศนคติซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับ สิ่งแวดล้อมอาจแสดงออกในพฤติกรรม อีกทั้ง เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ อีกทั้ง

ทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้อย่างไม่เป็นทางการหรือเป็นทางการจากพฤติกรรมของบุคคล

2.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo & Ebbesen (1970) และ Sharon & Saul (1996) ได้ให้ข้อสรุปทัศนคติ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ทัศนคติที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และข้อมูลที่บุคคลคนหนึ่งมี ซึ่งความเชื่อจะแสดงให้เห็นถึงความคิดของคนหรือสิ่งของ และข้อสรุปที่บุคคลได้มีต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้น ๆ

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้สึกเฉพาะอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับผลกระทบส่วนบุคคล ซึ่งได้จากสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เกิดก่อนทำให้เกิดทัศนคติ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความตั้งใจที่จะประพฤติในทางใดทางหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจงของบุคคล หรือทัศนคติของบุคคล

3. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

3.1 ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรมแบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกที่พบบ่อยและมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวิจัยและการจัดการนวัตกรรมค่อนข้างมากก็จะประกอบด้วย การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรมแบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) (Abernathy & Utterback, 1978; Tushman & Nadler, 1986; Ettlie & Reza, 1992; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Gopalakrishnan et al., 1999; Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Smith, 2006; Capon, Farley, Lehmann, & Hulbert, 2008; Bessant & Tidd, 2007 & Schilling, 2008 อ้างถึงใน สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, (2553)) สามารถสรุปและอธิบายรายละเอียดของการจำแนกประเภทของนวัตกรรมในแต่ละลักษณะ ได้ดังนี้

3.1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ถือเป็นผลิตผลขององค์การหรือธุรกิจ โดยอาจจะอยู่ในรูปของตัวสินค้าหรือการบริการและตัวแปรหลักที่สำคัญของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มี 2 ตัวแปร คือ

1) โอกาสทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ และกระบวนการที่จะทำให้ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นได้

2) ความต้องการของตลาด หมายถึง ความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นและพร้อมที่จะซื้อหรือใช้ และส่งผลทำให้ผู้เป็นเจ้าของนวัตกรรมได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสังคม

3.1.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) โดยนวัตกรรมกระบวนการส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปในเรื่องของ การควบคุมคุณภาพและการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบ กล่าวคือปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลิตผล

ความหมายดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมกระบวนการเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์การไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์การ

โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ไปถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์การมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

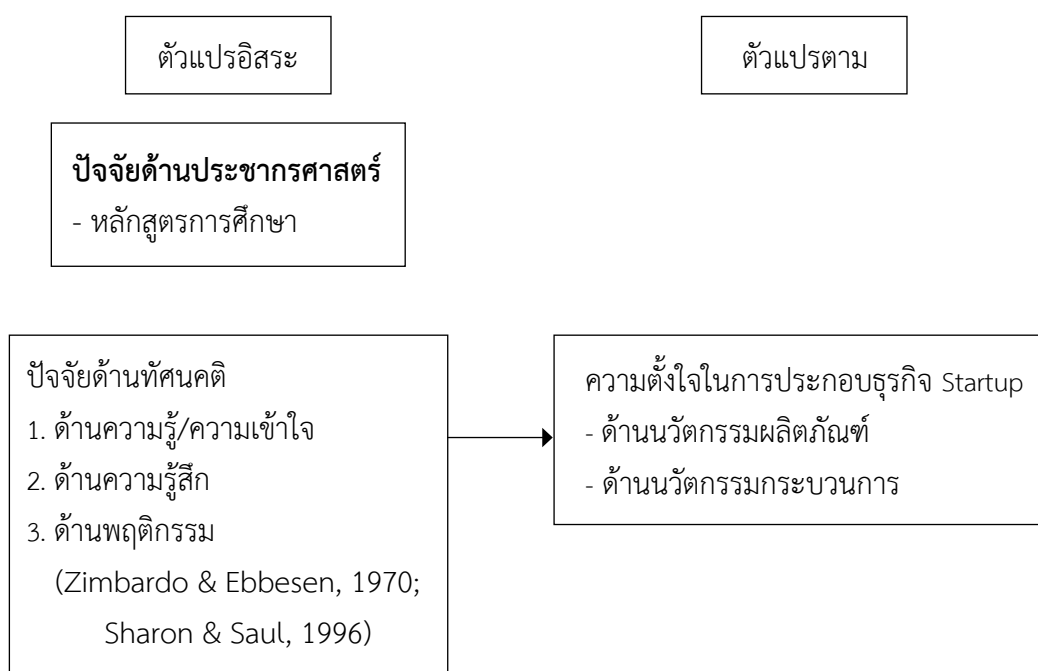
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) เช่น ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552) ได้ศึกษาคุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน อายุ นักศึกษามีผลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน รายได้ต่อครอบครัวมีผลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน อีกทั้งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มี ภูมิหลังแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าเพศมีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวมีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ส่วนศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) ได้ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานครไม่ได้มีความแตกต่างกันระหว่างนักศึกษาเพศชายและเพศหญิง มหาวิทยาลัยที่ศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้ต่อเดือน ในขณะที่อาชีพของนักศึกษา ประสบการณ์ในการทำธุรกิจของบิดามารดา และประสบการณ์ในการทำธุรกิจของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน อีกทั้งอนงค์ รุ่งสุข (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพ ด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ด้านการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นอกจากนี้อายุ ส ยური (2560) ได้ศึกษา startup ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ Startup พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ Startup ในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชน ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านนโยบายเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจ ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ สำหรับในส่วนของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ที่แตกต่างกันมีส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ Startup ในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาวิจัยของ Schwarz et al. (2009) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่จากมุมมองของนักศึกษาชาวออสเตรเลีย พบว่า การประกอบธุรกิจเป็นของตนเองได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของแต่ละบุคคล เช่น ทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง และทัศนคติที่มีต่อเรื่องราวทางการเงิน ซึ่งผลที่ได้เน้นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงในบริบททางวัฒนธรรมอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาของ Iqbal et al. (2012) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการ พบว่า ทัศนคติที่ดีที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคมและความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) และทัศนคติของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งงานวิจัยเรื่องในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา จะนำแนวคิดทัศนคติและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับ ตัวแปรที่จะนำมาศึกษา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในหลักสูตร การจัดการหรือบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศหรือวิทยาศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจำนวน 3,718 คน การกำหนดขนาดตัวอย่างได้จากการคำนวณสูตรของ Taro Yamane (1967) ผลจากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง 193.46 คน แต่เพื่อให้ครอบคลุมความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลไม่ได้ตามเป้าหมายจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 200 ตัวอย่าง จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น

เป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่ม ตามมหาวิทยาลัย และตามหลักสูตรการศึกษา ตามสัดส่วนของจำนวนประชากรตัวอย่างเป้าหมาย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนั้น ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Sources) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อธุรกิจ Startup และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ได้แก่ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และด้านนวัตกรรมกระบวนการ

สำหรับส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีการวัดตัวแปรแบบมาตราอันตรภาค (Interval Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup

เครื่องมือแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ได้นำมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Validity) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่าคะแนนอยู่ในช่วง 0.67 – 1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.50 และการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า มีค่า 0.873 และ 0.875 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ 0.70 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 วิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนวัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และวัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเพศหญิง จำนวน 97 คน และ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 และร้อยละ 51.50 ตามลำดับ มีหลักสูตรการจัดการและบริหารธุรกิจบัณฑิต จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 เทคโนโลยีสารสนเทศหรือนิติศาสตร์บัณฑิต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 โดยส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม/ เข้าค่าย เกี่ยวกับ Startup หรือ ผู้ประกอบการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อธุรกิจ Startup พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นของทัศนคติ ด้านความรู้สึกอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาความคิดเห็นด้านความรู้/ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.80 และความคิดเห็นด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรู้/ความเข้าใจ	3.80	0.780	มาก
ด้านความรู้สึก	3.85	0.782	มาก
ด้านพฤติกรรม	3.65	0.844	มาก

ที่มา: ผลการสำรวจ พ.ศ. 2562 และการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ด้านนวัตกรรมกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความมีนวัตกรรมมีต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ด้านผลิตภัณฑ์

นวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3.57	0.792	มาก
นวัตกรรมกระบวนการ	3.74	0.736	มาก

ที่มา: ผลการสำรวจ พ.ศ. 2562 และการคำนวณ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ในขั้นการวิเคราะห์เริ่มต้นของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ได้ทำการทดสอบกระจายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แยกตามปัจจัยความตั้งใจในการประกอบการธุรกิจ Startup (Y) ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ (X_1) ทัศนคติด้านความรู้สึก (X_2) และทัศนคติด้านพฤติกรรม (X_3) เพื่อทดสอบการกระจายข้อมูลแบบปกติ (Normal Distribution) ด้วยการวัดค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง (0.19) ถึง (0.306) และ (0.008) ถึง (0.480) ซึ่งไม่เกินเกณฑ์ 3 และ 10 ตามลำดับ (Kline, 2015) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ ขั้นต่อมาวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup

ทัศนคติ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (B)	ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error)	T-test	Sig.
ค่าคงที่	0.822	0.237	3.474	0.001*
ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ(X ₁)	0.137	0.065	2.120	0.035*
ทัศนคติด้านความรู้สึก (X ₂)	0.116	0.062	1.866	0.064
ทัศนคติด้านพฤติกรรม (X ₃)	0.512	0.051	10.031	0.000*
Sig. < 0.05	R ² = 0.505 หรือ		F-test =	
Aj R ² = 0.498 หรือ 49.8%	50.5%		66.773	
	Sig. = 0.000			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$$Y = 0.822 + 0.137X_1 + 0.512X_3 \quad (1)$$

โดยที่ Y คือ ความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup

X₁ คือ ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ

X₃ คือ ทัศนคติด้านพฤติกรรม

จากตารางที่ 3 และสมการที่ (1) พบว่าปัจจัยทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเมื่อมีทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 เปลี่ยนไป 1 หน่วยมาตรฐาน จะส่งผลให้มีระดับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup เพิ่มขึ้น 0.137 และ 0.512 หน่วยมาตรฐาน สรุปได้ว่าทัศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา รองลงมาคือทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ทำการวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาคำนวณหาความแตกต่างของปัจจัยด้วยสถิติ One-Way ANOVA โดยการกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 โดยสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษาและทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา

ทัศนคติ	F	p-value
ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ	6.501	0.002*
ทัศนคติด้านความรู้สึก	3.583	0.030*
ทัศนคติด้านพฤติกรรม	2.877	0.059

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยที่ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ และทัศนคติด้านความรู้สึกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการ Post Hoc แบบ Scheffe พบว่า นักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศหรือวิทยาศาสตร์มีทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจด้วยค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งมากกว่าหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.72 และพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติด้านความรู้สึกของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 ที่แตกต่างกันน้อยมากหรือแทบจะไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา มีผลสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ทัศนคติด้านพฤติกรรม

ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยทัศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อนงค์ รุ่งสุข (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พบว่าปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ Iqbal et al. (2012) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการ พบว่าทัศนคติที่ดีที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

โดยผลการศึกษามีความสอดคล้องเนื่องมาจากนักศึกษาผู้ที่มีความตั้งใจต่อการประกอบการหรือผู้ประกอบการมีทัศนคติด้านพฤติกรรมในการปรับตัวการทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกในกลุ่ม โดยมีความมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจ Startup ให้ประสบความสำเร็จ ได้มีการศึกษาและติดตามเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ทั้งในและต่างประเทศอยู่เสมอ และมีความตั้งใจที่จะเริ่มประกอบธุรกิจ Startup เป็นของตนเองในอนาคต ซึ่งจะมีพฤติกรรมเตรียมพร้อมสำหรับการประกอบธุรกิจ Startup ในอนาคต

ทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ

ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยทัศนคติด้านความรู้/ความเข้าใจ มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มารยาท ทองยศ และ ทรงวาด สุขเมืองมา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ นักศึกษาปริญญาตรี ภาควิชาศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทาง สังคม และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ปริญญาตรี นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ บุศกร ลิมภักดีประดิษฐ์ (2560) ที่ได้ศึกษาความรู้ความ เข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ความรู้ความเข้าใจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการ ศึกษา มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็นผู้ประกอบการ

สำหรับปัจจัยทัศนคติด้านความรู้สึกไม่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา อาจเป็นเพราะว่าการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ Startup นั้นเป็นเรื่องที่ยากจนเกินไป และเป็นผู้ที่สามารถรับความเสี่ยงจากความล้มเหลวของการประกอบธุรกิจได้น้อยซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup

ผลการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตรการศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านหลักสูตร การศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ โดยที่หลักสูตรการจัดการหรือบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือวิทยาศาสตร์ มีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจมากกว่าหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาของ ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) และณัฐวุฒิ วิเศษ (2552) ที่สรุปว่า สาขาการจัดการ และบริหารธุรกิจเท่านั้นที่มีหลักสูตรที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา และกฤติน โภยวิริยะกุล (2559) ที่พบว่าธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มักเป็นทางด้านเทคโนโลยี (Tech Startup) ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะ จึงเหมาะสมกับผู้ที่จบหลักสูตรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือวิทยาศาสตร์ ที่มีองค์ความรู้ในการต่อยอดธุรกิจ Startup ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับ อุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจในเรื่องของธุรกิจ Startup เพราะทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้ ดังนั้นสถานศึกษาควรมีการสนับสนุนให้นักศึกษาแต่ละหลักสูตรมีคุณลักษณะของ การเป็นผู้ประกอบการ Startup มากยิ่งขึ้น โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้นักศึกษาได้มีความพร้อมใน การทำธุรกิจส่วนตัวในอนาคตและสร้างรายได้ให้กับองค์กร เช่น ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจประเภทต่างๆ และทักษะ ที่มีความจำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจ หรือการกำหนดหลักสูตรวิชาที่ให้นักศึกษาได้เริ่มต้นการทำธุรกิจจำลองใน ระหว่างที่ศึกษาอยู่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และมีประสบการณ์ก่อนออกไปทำธุรกิจจริงในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการ แข่งขันสูง

2. ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติด้านพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup มากที่สุด ซึ่งนักศึกษาให้ความคิดเห็นเรื่องการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกในกลุ่มมากที่สุด ดังนั้นสถานศึกษาควรจัดกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ หรือมีการเข้าร่วมโครงการการประกวดแผนธุรกิจ Startup เช่น โครงการ J-MAT Award ของสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ปรับตัวเข้าหาเพื่อนร่วมทีมและเพื่อนต่างสถาบัน และเพิ่มทักษะที่มีความจำเป็นในการปรับตัวกับเพื่อนร่วมงาน มีประสบการณ์จริง และสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจในอนาคต

3. หลักสูตรการศึกษามีผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจ Startup ด้านความรู้/ความเข้าใจ และด้านความรู้สึก ดังนั้นสถาบันการศึกษาควรมีการเพิ่มเนื้อหาการเรียนการสอนเกี่ยวกับผู้ประกอบการหรือ Startup เข้าไปในหลักสูตรการศึกษา เนื่องจากนักศึกษาบางหลักสูตรยังไม่เข้าใจ อีกทั้งไม่มีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ Startup เพื่อเป็นการกระตุ้น และสร้างความตื่นตัวให้กับนักศึกษาสามารถทำธุรกิจของตนเองได้เมื่อสำเร็จการศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 เพื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาของระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือศึกษาภาพรวมของสถาบันในระดับประเทศ เพื่อที่จะได้ผลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการที่จะพัฒนาหลักสูตร ทำให้นักศึกษามีความเข้าใจแนวคิดในเรื่องของการประกอบธุรกิจ Startup

2. ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานการวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ Startup ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดนครราชสีมา ได้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รหัสโครงการ EC-62-02 ตาม COA No. 01/2562 เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2562

เอกสารอ้างอิง

- กฤติน โภยวิริยะกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของนักพัฒนาซอฟต์แวร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- คณะทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น Startup. (2560). ทิศทางสตาร์ทอัพไทยในปี 2019. *วารสาร Startup Thailand*, 15, 4-13.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยราชพฤกษ์).
- บุศกร ลิ้มภักดีประดิษฐ์. (2560). ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 11(24), 237-349.

- มารยาท โยทองยศ และ ทรงวาด สุขเมืองมา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 103-115.
- ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์ อัจฉรา จันทรรณาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 33(128), 49-65.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2548). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2558). โมเดลประเทศไทย 4.0 ผลักความคิด. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.thansettakij.com/content/9303>
- อายุส ยวรี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- อนงค์ รุ่งสุข. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์).
- Blank, S. G., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero, Calif: K & S Ranch, Inc.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. United States: Crown Business.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666.
- Iqbal, A., Melhem, Y., & Kokash, H. (2012). Readiness of the university students towards entrepreneurship in Saudi private university: an exploratory study. *European Scientific Journal*, 8(15), 109-131.
- Kline, R.B. (2015). *Principle and practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: Guilford publications.
- Moroni, I., Arruda, A., & Araujo, K. (2015). The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment. *Procedia Manufacturing*, 3(Ahfe), 2199–2204.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education & Training*, 51(4).
- Sharon, S. and Saul, M. (1996). *Social psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper & Row.

Zimbardo, P., & Ebbesen, E. B. (1970). *Influencing attitudes and changing behavior: A basic to introduction relevant methodology applications reading*. Massachusett: Addison-Publishing.