

องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่ม Generation Y

COMPONENT OF ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS VIEWS OF GENERATION Y

สาคร กล้าหาญ¹ และคชา ศัยยกุล²Sakorn Glaharn¹ and Kacha Saiyakul²^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี^{1,2}Faculty of Management, Thepsatri Rajabhat University

Received: February 27, 2020 / Revised: July 15 2020 / Accepted: July 20, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการและคุณลักษณะย่อยของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของกลุ่ม Generation Y ในพื้นที่จังหวัดลพบุรี จำนวน 180 คน อายุช่วง 20-33 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ใช้วิธีหมุนแกนแบบตั้งฉาก ด้วยวิธีหมุนแกนแบบแวนเดอร์เวเกอ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณลักษณะ 18 ตัวแปร สามารถจำแนกและแยกตัวแปรองค์ประกอบได้ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 คือ องค์ประกอบด้านภายในและความเป็นตัวตนที่ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ความต้องการมีอนาคตที่ดี รองลงมาคือ ทักษะในการจัดการเลือกหาทีมงาน ความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมองโลกในแง่ดี และรักอิสระไม่ชอบการเป็นลูกจ้าง

องค์ประกอบที่ 2 คือ องค์ประกอบด้านการมีความคิดสร้างสรรค์และความเพียรพยายามที่ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ความมุ่งมั่นและความพยายาม

องค์ประกอบที่ 3 คือ องค์ประกอบด้านการมีเป้าหมายที่ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ การมองหาโอกาสและเป้าหมาย ความอดทน การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว และความต้องการในการทำงาน

องค์ประกอบที่ 4 คือ องค์ประกอบด้านคุณธรรมและยอมรับความเสี่ยงที่ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ คุณธรรมและน่าเชื่อถือและคำนึงถึงความเสี่ยง

คำสำคัญ: ช่วงอายุ 20-33 ปี องค์ประกอบ คุณลักษณะผู้ประกอบการ

Abstract

The purpose of this study is to explore certain quality in the traits determining the entrepreneurship among Generation Y' entrepreneurs, aged between 20-33 years. The population used in the study is the 20-33 year age group in Lopburi province. Data, then, are collected from 180 samples by structured questionnaire on the desirable characteristics of Generation Y' entrepreneurs, and are analyzed with factor analysis, Orthogonal Rotation and Varimax Rotation method. The result reveals that 18 characterize variables can be selected and separated as in following elements:

The first element is internal elements and identity. Which consists of 4 sub-variables, weight composition from 0.632 to 0.750, with variables that can be described from highest to lowest, namely needs for a good future, followed by management skills for selecting a team High self-confidence and optimism and free love do not like being an employee.

The second element includes creativity and perseverance Which consists of 2 sub-variables, the element weight values from 0.627 to 0.759, with variables that can be described from the highest to the least, ie initiative, innovation , followed by determination and effort.

The third element is the goal-oriented component consisting of 4 sub-variables, namely the weight value from 0.378 to 0.703. The variables that can be described from highest to least are opportunity and goal (Charac2), followed by Patience, Not giving up on obstacles or failures and work needs.

The fourth element is morality and risk acceptance. It comprises 2 sub-variables, the weight of the elements from 0.626 to 0.812, with variables that can be described from highest to least, are morality and reliability followed by consider the Risk.

Keywords: Generation Y, Entrepreneurs, Entrepreneurial Characteristics

บทนำ

กลไกสำคัญเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ยุคของการแข่งขันยุคใหม่ภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเข้ามามีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจที่จะเกิดขึ้นใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะเกิดขึ้นใหม่จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว (Suthida, 2012) นักศึกษาหรือกลุ่ม Generation ใหม่ในสายบริหารธุรกิจ (Business) เป็นบุคคลที่มีแผนทำกิจการธุรกิจของตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถมีความรู้เพื่อรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านการบริหารและความเสี่ยง

การควบคุม การตอบสนองคุณลักษณะ และความเข้าใจลูกค้า จนได้รับความเชื่อถือจนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (Wuttichai, 2004) นอกจากนี้กลุ่ม Generation Y ช่วงอายุ 20-33 ปี (Generation Y คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงต้นของปี พ.ศ. 2523 จนถึงปลาย พ.ศ. 2533 ถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญเพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมแนวความคิดทำความเข้าใจในการสื่อสารและเรียนรู้วิธีการเข้าถึงกลุ่มเจนเนอเรชันนี้เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการค้าในอนาคต (Health Care Office, 2019) ยังเป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหาร เป็นผู้วางแผนบริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะนำปัจจัยการ

ผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้บริโภคใหม่ มีการเสาะแสวงหาตลาด หรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่กลุ่ม Generation Y จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่ม Generation Y จะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะคุณลักษณะของกลุ่ม Generation Y จะกำหนดความสำเร็จของกิจการ และแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้นการพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่ม Generation Y Pasuddee (2011) กล่าวว่า การพัฒนาคุณลักษณะสำคัญที่จะช่วยให้กลุ่ม Generation Y มีความพร้อมในการดำเนินอาชีพและเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถ รวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาองค์ประกอบภาพรวมของการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มวัย Generation Y พบว่า มีองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ค้นพบมีความหลากหลายและไม่เคยเป็นหมวดหมู่โครงสร้างที่ชัดเจน ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาเพิ่มเติมตามคุณลักษณะ ทำการจำแนกเป็นหมวดหมู่และพิจารณาคุณสมบัติที่สอดคล้องเหมาะสมภายใต้คุณลักษณะดังกล่าว เพื่อสามารถนำไปพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้สอดคล้องและสามารถสร้างบุคลากรที่มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อจำแนกองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มช่วงวัย Generation Y ช่วงอายุ 20-33 ปี

2. เพื่อแยกประเภทของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและคุณสมบัติภายใต้องค์ประกอบของการเป็นผู้ประกอบการ

ทบทวนวรรณกรรม

จากแนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะผู้ประกอบการในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกวิจัยตามแนวคิดของ Frese (2000) ซึ่งได้รวบรวมคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไว้ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จ และลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีหลายประการประกอบกันและมีคุณลักษณะที่ต้องมีเพิ่มเติม

Supakit (2019) กล่าวเกี่ยวกับเรื่องคุณลักษณะการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นโดยจะเริ่มจากความคิด เมื่อคิดว่าเป็นไปได้ก็นำไปสู่ความเชื่อ เมื่อเชื่อแล้วก็ต้องบอกว่าทำได้ ทั้งยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนักนำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน คุณลักษณะสำคัญที่ควรจะนำมาคิดและปฏิบัติสำหรับการเป็นผู้ประกอบการควรมองอดีตที่เคยทำผิดพลาดและต้องมีความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้หน้าที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงาน มีความเชื่อมั่นตนเอง

Boontawan (2013) กล่าวถึงผู้ประกอบการว่า จะต้องเป็นบุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการแสวงหาโอกาสและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินงานทางธุรกิจโดยมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะทำการก่อตั้งธุรกิจและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ต้องแบกรับ ความเสี่ยงในระหว่างแสวงหาโอกาส และเกิดความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังทำหน้าที่ในการบริหารกิจกรรมของตนเองรวมถึงการบริหารงานประจำ

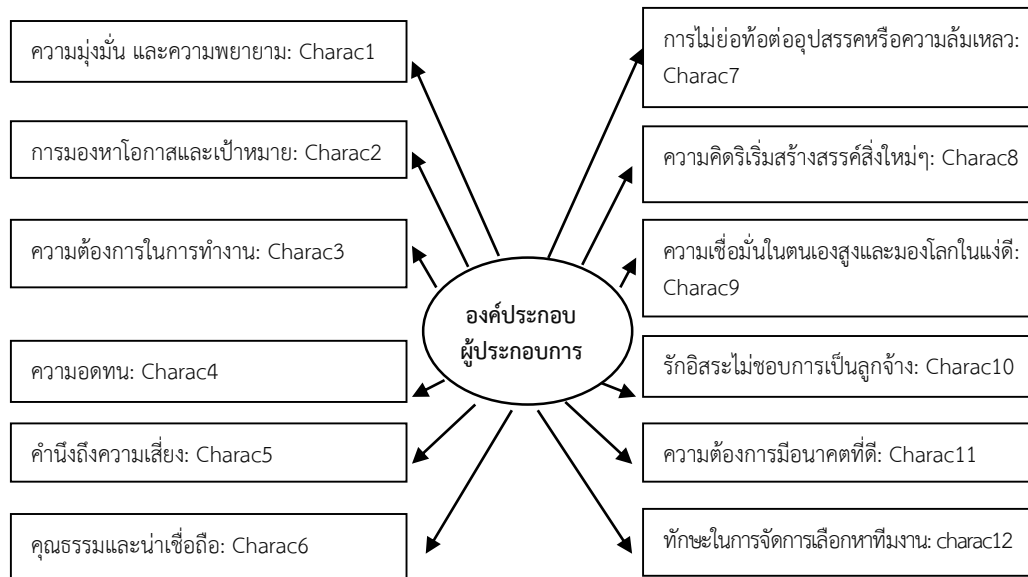
อย่างไรก็ตาม Chaikut (2011) ยังได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถแบ่งได้เป็น

8 ด้าน ได้แก่ 1) เป็นผู้เฝ้าหาความสำเร็จ 2) เป็นผู้มีความรับผิดชอบ 3) เป็นผู้ยอมรับความเสี่ยง 4) เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง 5) เป็นผู้ตอบสนองรวดเร็ว 6) เป็นผู้มีความยืดหยุ่นและอดทน 7) เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ดี และ 8) เป็นผู้มีความรู้

องค์ประกอบ (Component) คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวน 14 องค์ประกอบ คือ 1) ความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2) นวัตกรรมและความสามารถในการตลาด 3) มนุษย์สัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร 4) การมีเครือข่าย 5) คุณภาพของสินค้าหรือบริการ 6) โอกาสทางธุรกิจและการเพิ่มผลผลิต 7) การมองยุคในแง่ดี 8) การบริหารจัดการ 9) ภาวะผู้นำ 10) ทักษะและความเชี่ยวชาญ 11) ความรับผิดชอบ 12) ระบบงาน 13) สุขภาพ และ 14) จริยธรรมทางธุรกิจ ทั้งนี้ Frese (2000) ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า คุณลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Characteristic) ที่จะต้องมีคือ เน้นการใช้นวัตกรรม (Innovation) เป็นการนำเอาแนวความคิดใหม่หรือการนำประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แต่เดิมมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของนวัตกรรมคือ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) เน้นการพัฒนาทักษะความชำนาญ (Skill Based) มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ (High Potential) ส่วน Kuemmerle (2002) เสนอว่าผู้ประกอบการควรมีคุณสมบัติอย่างอื่นเพื่อนำไปใช้ใน

กิจการของตนเองคือ มีทักษะการเจรจาต่อรอง ทักษะด้านเทคนิค ความสามารถในการทำให้คนอื่นคล้อยตาม วิสัยทัศน์ที่กำหนดรวมทั้งพนักงานและผู้เป็นเจ้าของเงินทุน คุณลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการชักจูงใจพนักงานและมอบหมายงานให้ ความสามารถในการนำแผนงานไปปฏิบัติ ชอบในสิ่งที่ตนเองทำอยู่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก และการที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จได้นั้น Bulim (2014) เสนอว่า ต้องมีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (Willingness to Succeed) มีความมั่นใจในตนเอง (Self-Confidence) มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจน (A Clear Business Idea) มีแผนงานที่เป็นระบบ (The Business Plan) มีความสามารถบริหารการเงิน (Exact Control of Finances) มีความสามารถทางการตลาด (Targeted Marketing) มีความสามารถในการแข่งขันได้ (A Step Ahead of The Competition) มีแหล่งสนับสนุนที่ดี (Management Support) มีทักษะประสานงาน (Cooperation) มีการจัดองค์กรที่เหมาะสม (Clear Company Structure) เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของคุณสมบัติของนักวิชาการที่ได้ให้คำจำกัดความไว้นามาศึกษาและเพื่อจำแนกองค์ประกอบโดยเน้นแนวคิดหลักของการเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องมีคุณสมบัติ 9Cs ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ ให้มีความสำคัญกับลูกค้า มีความสามารถ มีความมุ่งมั่น มีความมุ่งมั่น มีความใส่ใจ มีทุนเพียงพอ มีความต่อเนื่อง และมีเครือข่ายความสัมพันธ์ (Chattapom, 2015) ดังกรอบแนวคิดการวิจัย (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม Generation Y ที่มีอายุช่วงอายุในช่วง 20-33 ปี

ประชากร

ประชากรในเขตจังหวัดลพบุรีที่มีอายุ 20-33 ปี จำนวน 156,207 คน (Statistics system of law office, 2019)

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามความสอดคล้องกับการหาค่าประกอบตัวแปร (Factor Analysis) ที่มีการใช้ตัวแปร 10-15 เท่าของตัวแปรศึกษา โดยตัวแปรศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย คุณลักษณะทั้งหมด 18 คุณลักษณะ ซึ่งมีตัวแปรรวม 18 ตัว โดยจะใช้ $(10 \times 18) = 180$ ตัวอย่าง เพื่อทำการรวบรวมข้อมูล โดยทำการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการ (Cluster sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มผู้ที่ศึกษาในสาขาวิชาบริหารธุรกิจในสถาบันการศึกษาในจังหวัดลพบุรี

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ส่วนที่ 3 ใช้เก็บข้อมูลที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่ม Generation Y ส่วนที่ 4 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลความต้องการในการประกอบการ (Rating Scale) ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นำผลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item - Objective Congruence) ผลที่ได้จากการคำนวณค่าดัชนีได้ค่า IOC = 0.850 ถือว่าผ่านเกณฑ์ (Prosopchai, 2012)

การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกัน แต่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้มาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ($\alpha = 0.05$) พบว่า

ความเชื่อมั่นของข้อคำถามแต่ละด้านมีค่า 0.889 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 แสดงถึงการมีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างนั้นสามารถวัดได้กับโครงสร้างหรือคุณลักษณะตามทฤษฎีของสิ่งนั้นๆ นั่นคือต้องสร้างข้อคำถามให้มีพฤติกรรมต่างๆ ที่เป็นเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการจะวัด ซึ่งเป็นการทดสอบองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ทำให้ได้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสกัดปัจจัยอยู่ในช่วง 0.38 - 0.70 (รายละเอียดดังตารางที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับค่าน้ำหนักที่ควรจะมีค่าตั้งแต่ประมาณ 0.40 ขึ้นไป (Jadesadulug, 2009)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 25-31 กรกฎาคม 2562 โดยผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-33 ปี (Generation Y) โดยเก็บข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของกลุ่ม Generation Y โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยร่วม (Common factor) โดยใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบวิธีตัวประกอบหลักปัจจัย (Principal Components Factoring)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการสกัดปัจจัย

ตัวแปร	Mean	S.D.	Extraction
1) ความมุ่งมั่นและความพยายาม: Charac1	4.67	1.251	0.569
2) การมองหาโอกาสและเป้าหมาย: Charac2	4.75	1.093	0.570
3) ความต้องการในการทำงาน: Charac3	3.97	2.026	0.382
4) ความอดทน: Charac4	4.78	1.033	0.434
5) คำนึงถึงความเสี่ยง: Charac5	4.44	1.576	0.521
6) คุณธรรมและน่าเชื่อถือ: Charac6	4.67	1.251	0.700
7) การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว: Charac7	4.42	1.610	0.523
8) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ: Charac8	4.47	1.541	0.599
9) ความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมองโลกในแง่ดี: Charac9	4.44	1.576	0.498
10) รักอิสระไม่ชอบการเป็นลูกจ้าง: Charac10	4.56	1.427	0.562
11) ความต้องการมีอนาคตที่ดี: Charac11	4.72	1.149	0.597
12) ทักษะในการจัดการเลือกหาทีมงาน: Charac12	4.14	1.893	0.576

ในขั้นแรกผู้วิจัยตรวจสอบความเหมาะสมของการนำตัวแปรทั้งหมด (18 ตัวแปร) เพื่อไปสร้างปัจจัยร่วมหรือลดจำนวนตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าสถิติ

Kasier-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมโดยใช้ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.668
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	267.746
	df	66
	Sig.	.000

จากตารางที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมโดยใช้ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ .668 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Kaiser & Rice, 1974) และค่า p-value เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่าจากตัวแปรทั้ง 18 ตัวแปรทำการคัดออกจากคุณสมบัติที่เหมาะสมมีเพียงตัวแปร 12 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงสามารถนำไปใช้วิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้จากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อได้ตัวแปรแต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงในปัจจัยร่วมเพียงปัจจัยเดียวและมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ต่ำมากหรือใกล้ๆ 0 ในปัจจัยร่วมอื่น โดยเลือกวิธีสกัดปัจจัยแบบวิธีตัวประกอบหลัก (Principal components factoring) ร่วมกับการหมุนแกนแบบ

ตั้งฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ข้อ คือ องค์ประกอบนั้นต้องมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalue) มากกว่า 1 ขึ้นไป ตัวแปรแต่ละตัวในองค์ประกอบนั้นต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) คิดตามค่าสมบูรณ์ตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป และมีตัวแปรในองค์ประกอบตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ตัวแปรแต่ละตัวต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) เท่ากับ 0.40 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของกลุ่ม Generation Y ได้ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance) ของแต่ละองค์ประกอบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance) ของแต่ละองค์ประกอบ

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Eigen values	% of Variance	Cumulative %	Eigen values	% of Variance	Cumulative %
1	2.569	21.409	21.409	2.144	18.867	18.867
2	1.564	13.037	34.447	1.507	12.559	30.427
3	1.343	11.195	45.642	1.490	12.420	42.846
4	1.018	8.777	54.419	1.389	11.573	54.419

Extraction Method: Principal Component Analysis.

จากตารางที่ 3 ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance) ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของกลุ่ม Generation Y พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalue) มากกว่า 1 ขึ้นไป มีอยู่ 4 ค่า แสดงว่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของ

กลุ่ม Generation Y จัดเป็นองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าร้อยละของความแปรปรวนและค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวนองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของกลุ่ม Generation Y ได้ร้อยละ 54.419 (ซึ่งงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับค่าร้อยละ 30-60) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบจากค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalue) ต้องมีค่ามากกว่า 1 ขึ้นไป

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	Component			
	1	2	3	4
ความต้องการมีอนาคตที่ดี: Charac11	.750			
ทักษะในการจัดการเลือกหาทีมงาน: Charac12	.728			
ความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมองโลกในแง่ดี: Charac9	.668			
รักอิสระไม่ชอบการเป็นลูกจ้าง: Charac10	.632			
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ: Charac8		.759		
ความมุ่งมั่นและความพยายาม: Charac1		.627		
การมองหาโอกาสและเป้าหมาย: Charac2			.703	
ความอดทน: Charac4			.548	
การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว: Charac7			.523	
ความต้องการในการทำงาน: Charac3			.378	
คุณธรรมและน่าเชื่อถือ: Charac6				.812
คำนึงถึงความเสี่ยง: Charac5				.626

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

จากตารางที่ 4 พบองค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมด 4 องค์ประกอบจาก 12 ตัวแปร สามารถแยกองค์ประกอบได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 คือ องค์ประกอบด้านภายในและความเป็นตัวตนที่ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมองโลกในแง่ดี (Charac9) รักอิสระไม่ชอบการเป็นลูกจ้าง (Charac10) ความต้องการมีอนาคตที่ดี (Charac11) และทักษะในการจัดการเลือกหาทีมงาน (Charac12) ค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบตั้งแต่ 0.632 ถึง 0.750 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสามารถอธิบายเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ความต้องการมีอนาคตที่ดี (Charac11) รองลงมาคือ ทักษะในการจัดการเลือกหาทีมงาน (Charac12) ความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมองโลกในแง่ดี (Charac9) และรักอิสระไม่ชอบการเป็นลูกจ้าง (Charac10) ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 คือ องค์ประกอบด้านการมีความคิดสร้างสรรค์และความเพียรพยายามที่ประกอบ

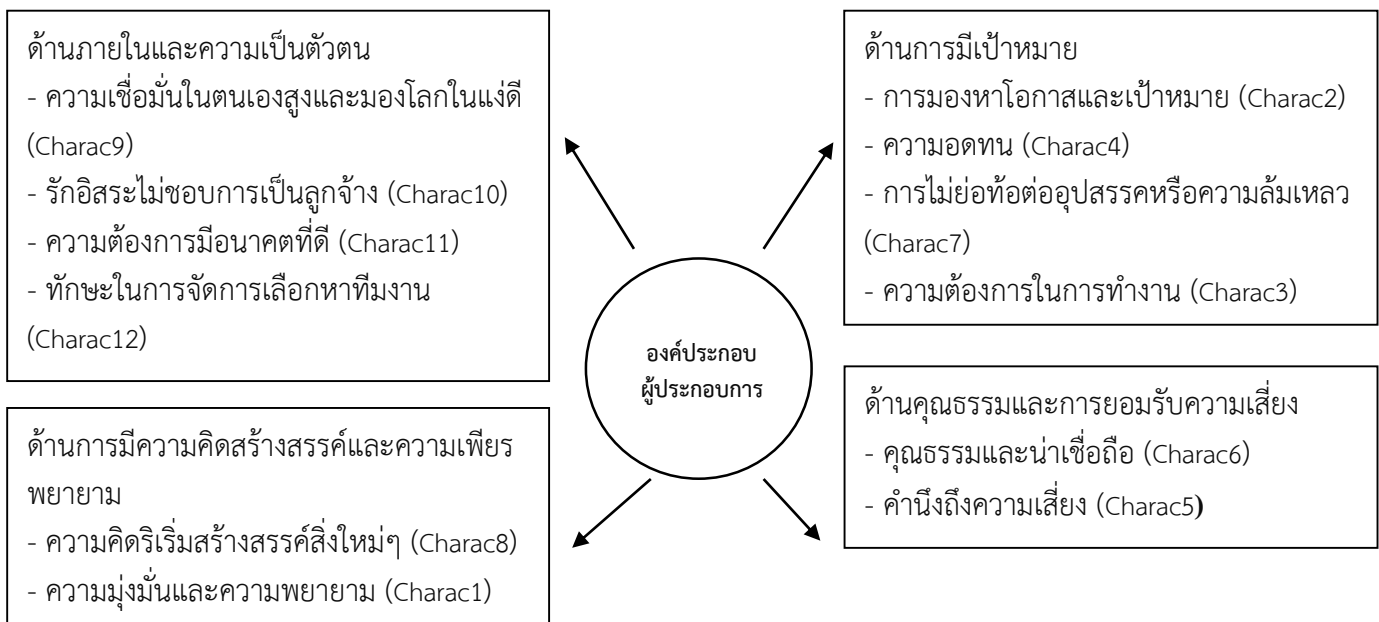
ไปด้วย 2 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Charac8) ความมุ่งมั่นและความพยายาม (Charac1) คำนี้น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.627 ถึง 0.759 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสามารถอธิบายเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Charac8) ความมุ่งมั่นและความพยายาม (Charac1) ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 คือ องค์ประกอบด้านการมีเป้าหมายที่ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปรย่อย ได้แก่ การมองหาโอกาสและเป้าหมาย (Charac2) ความอดทน (Charac4) การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว (Charac7) และความต้องการในการทำงาน (Charac3) คำนี้น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.378 ถึง 0.703 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสามารถอธิบายเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ การมองหาโอกาสและเป้าหมาย (Charac2) ความอดทน (Charac4) การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว (Charac7) และความต้องการในการทำงาน (Charac3) ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 4 คือ องค์ประกอบด้านคุณธรรมและยอมรับความเสี่ยงที่ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปรย่อย ได้แก่ คุณธรรมและน่าเชื่อถือ (Charac6) และคำนึงถึงความเสี่ยง (Charac5) คำนี้น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.626 ถึง 0.812 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสามารถอธิบายเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ คุณธรรมและน่าเชื่อถือ (Charac6) และคำนึงถึงความเสี่ยง (Charac5) ตามลำดับ

อภิปรายและสรุปผล

การศึกษาคุณลักษณะองค์ประกอบครั้งนี้พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการของกลุ่ม Generation Y ที่มีอายุในช่วง 20-33 ปี ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 4 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ 1) มีคุณลักษณะด้านภายในและความเป็นตัวตน 2) ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์และความเพียรพยายาม 3) ด้านการมีเป้าหมาย 4) ด้านคุณธรรมและการยอมรับความเสี่ยง ซึ่งในคุณสมบัติย่อยแต่ละด้านสามารถแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คุณลักษณะผู้ประกอบการของกลุ่ม Generation Y

การศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการมีความคล้ายคลึงกันในหลายคุณลักษณะนักวิชาการค้นพบในลักษณะคล้ายกัน เช่น Somkit (2014) ได้

ศึกษาการศึกษามุคสิกการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการควรมีบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านความมี

นวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ความสม่ำเสมอและ
 ใฝ่ใจในการเรียนรู้ ความใฝ่ใจในความสำเร็จ รวมทั้งมี
 บุคลิกในด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive
 Aggressiveness) แต่ทั้งนี้การวิจัยที่ได้จากการศึกษา
 ครั้งนี้มีความแตกต่างเนื่องจากเป็นการศึกษาในกลุ่ม
 ช่วงอายุใหม่ที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานที่เป็น
 Generation ใหม่ที่เปรียบเสมือนการเปลี่ยนถ่าย
 จากยุค Generation X ที่มีประกอบธุรกิจอยู่ในตลาด
 ค่อนข้างมากและคุณลักษณะบางอย่างมีการปรับเปลี่ยน
 ด้วยเหตุจากหลายปัจจัยที่เข้ามา เช่น เทคโนโลยี
 สิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมทั้งระบบการศึกษา ดังนั้นเพื่อให้

เกิดการพัฒนาศักยภาพให้ตรงตามความต้องการ
 จึงต้องทราบถึงลักษณะเด่นของผู้ประกอบการที่เป็น
 ความต้องการของกลุ่ม Generation Y ดังผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาบุคลิกของการเป็นผู้ประกอบการ
 ในความต้องการของ Generation Y จะต้องสร้าง
 องค์ความรู้ในเรื่องคุณลักษณะด้านภายในและความเป็น
 ตัวตน รองลงมาคือ ส่งเสริมด้านการมีความคิด
 สร้างสรรค์ มีความเพียรพยายาม มีเป้าหมาย และ
 ท้ายสุดต้องเน้นด้านคุณธรรมและการยอมรับความเสี่ยง

References

- Boontawan, W. (2013). *Being entrepreneur of globalization*. Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai]
- Bulim, O. (2014). *Entrepreneurial Characteristics*. Retrieved from January 20, 2019, from <http://www.oknation.net/blog/pprint.php?id=135202> [in Thai]
- Chaiyut, L. (2011). *Being entrepreneur*. Lampang: Faculty of management, Lampang Rajabhat University. [in Thai]
- Chattapom, S. (2015). *Small and Medium enterprise management*. Bangkok: SE-EDUCATION. [in Thai]
- Frese, M. (2000). *Success and failure of micro business owners in Africa*. USA: Greenwood.
- Health care office. (2019). *Gen Y definition*. Retrieved January 20, 2019, from <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>
- Heizer, J. & Barry, R. (1999). *Production and Operations Management* (5th ed.). New Jersey: INCquity.
- Jadesadalug, V. (2009). *Building Innovative Creation Efficiency of Furniture Business in Thailand: An Empirical Research of Its Antecedents and Consequences*. Doctoral Degree in Management, Mahasarakham University. [in Thai]
- Kaiser, H. F. & Rice, J. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 111–117.
- Kaneekul, N. & Ngamkidpinyo, S. (2015). *Successful Entrepreneurs Characteristics*. Retrieved April 1, 2019, from <http://businessbarbados.com> [in Thai]
- Karnsawai, F. (2011). A Study of the Successful Entrepreneurs Characteristics in Hotel Business, Lower Northern Provinces of Thailand. *Journal of Management Science and Information Science, Naresuan University*, 7(1), 39-50. [in Thai]
- Korsanan, S. (2018). Study of entrepreneurial personality and business strategies Related With success in the pharmacy business of pharmacists, who own pharmacies in Thailand. *Thai version. Humanities, Social Sciences and Arts*, 11(1), 2643-56. [in Thai]
- Kuemmerle, W. (2002). *A test For the Fainthearted*. U.S.A.: Prentice Hall, Inc.

- Online Management News. (2016). *Being entrepreneur*. Retrieved April 18, 2019, from www.wcupa.edu [in Thai]
- Pasuddee, R. (2011). *Business Administration for Small Enterprise* (9th ed.). Bangkok: Physic Center. [in Thai]
- Pimji, T. (2015). *Emerging business management*. Bangkok: Phimdee. [in Thai]
- Prosopchai, P. (2012). *Mathematics and Statistics*. Bangkok: Phimluk. [in Thai]
- Pullcharean, P. (2012). A study of of the Successful Entrepreneurs Characteristics in the hotel business. In the lower north province of Thailand. *Journal of Business, Economics and Communications*, 7(1), 39-50. [in Thai]
- Somkit, B. (2014). *Being entrepreneur* (4th ed.). Bangkok: SE-EDUCATION. [in Thai]
- Statistics system of law office. (2019). *Statistical Data*. Retrieved January 6, 2019, from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php [in Thai]
- Supakit, R. (2019). *Inspiring Speech*. Retrieve April 1, 2019, from <https://pantip.com/topic/32641305> [in Thai]
- Suthida, S. (2012). *Study of the influence of operational strategies, entrepreneurs and the importance of business functions that affect the success of SME business operations*. Master of Business Administration, Silpakorn University. [in Thai]
- Tanchareuan, P. (2012). *Entrepreneurial Characteristic for success in Ayutthaya*. Phra Nakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Wuttichai, J. (2004). *Study and development of characteristics of being a small industrial business entrepreneur*. Master of Science in Counseling Psychology, Srinakharinwirot University. [in Thai]



Name and Surname: Sakorn Glaharn
Highest Education: Master of accounting
University or Agency: Faculty of Management, Thepsatri Rajabhat University
Field of Expertise: Accounting



Name and Surname: Kacha Saiyakul
Highest Education: Master of business economics
University or Agency: Faculty of Management, Thepsatri Rajabhat University
Field of Expertise: Economics