



คุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
CHARACTERISTICS OF GEN Y OPERATORS IN THE EEC AREA THAT AFFECT THE
SUCCESS OF THE BUSINESS

นิติ กุญชร

มหาวิทยาลัยบูรพา

2561

3180918634
BTU iThesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

59710048_3180918634

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ



3130918834

BUU iThesis 59710048 independent study / revv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

นิติ กุญชร

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

59710048: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร; บช.ม. (บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร)
 คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y/ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ/ เขต EEC
 นิตินิติคุณ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ. (CHARACTERISTICS OF GEN Y OPERATORS IN THE EEC AREA THAT AFFECT THE SUCCESS OF THE BUSINESS) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: นนท์ สหยา, D.B.A. ปี พ.ศ. 2561.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating scale) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงนับความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบความทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (Multiple linear regression)

ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล และด้านเป็นคนช่างเลือก ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน) 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ(ด้านลูกค้า) 3) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน) 4) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร) 5) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

59710048: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A.
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: CHARACTERISTIC OF GEN-Y ENTREPRENEURS/ KEY TO SUCCEED
IN BUSINESS/ EC REGION

NITI KUNCHOO : CHARACTERISTICS OF GEN Y OPERATORS IN THE EEC
AREA THAT AFFECT THE SUCCESS OF THE BUSINESS. ADVISORY COMMITTEE:
NONT SAHAYA, D.B.A. 2018.

This research attempts 1) to study characteristics of Gen Y entrepreneurs, 2) to investigate characteristics of Gen Y entrepreneurs whether they influenced on keys to succeed in business or not. The subjects were 400 Gen Y entrepreneurs in EEC region whilst the instrument was rating-scale questionnaire. Data were analyzed to find frequency, percentage, mean, standard deviation, and the relationship between variables were tested using multiple linear regression analysis.

The findings reveal that: 1) For characteristics of Gen Y entrepreneurs, flexibility in technology, decision making on the data and the selective manners have contributed to keys to succeed in business (Financial); 2) For characteristics of Gen Y entrepreneurs, flexibility in technology, preference to treat customers, selective manners, and knowledge in financial matters had an impact on keys to succeed in business (customer); 3) For characteristics of Gen Y entrepreneurs, flexibility in technology, decision making on the data, the selective manners and, knowledge in financial matters had influenced keys to succeed in business (internal processes); 4) For characteristics of Gen Y entrepreneurs, flexibility in technology, preference to treat customers, decision making on the data, selective manners, and knowledge in financial matters had an impact on keys to succeed in business (learning and growth of organization); 5) For characteristics of Gen Y entrepreneurs in EEC region, flexibility in technology, preference to treat customers, decision making on the data, selective manners, and knowledge in financial matters had an impact on keys to succeed in business (in overall).

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ นิตติ ฤกษ์ชู ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์



(ดร. นนท์ สหยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์



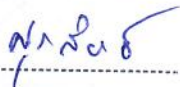
(ดร. นนท์ สหยา)

..... ประธาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัญจวนี รัตนคุณ)

..... กรรมการ



(ดร. สุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน)

..... กรรมการ

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา



..... คณบดีวิทยาลัย

พาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.นนท์ สหายา อาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัย ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบ แบบสอบถามครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่คอยอบรมเลี้ยงดู สนับสนุน ส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัยด้วยความรักและปรารถนาดีเสมอมา รวมทั้งขอขอบคุณพี่น้องและเพื่อน ทุกคนที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจเสมอมา หากงานวิจัยฉบับนี้มีส่วนช่วยส่งเสริมสนับสนุน และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ของบุคคลทั่วไป หรือองค์กรต่าง ๆ ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีนี้แก่ผู้มีส่วน ร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน

นิตี กุญช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
สมมติฐานการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ.....	25
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ โครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC).....	27



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3	34
วิธีดำเนินการวิจัย	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง.....	35
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	36
ลักษณะของแบบสอบถาม.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	38
บทที่ 4	39
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 5	63
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	63
สรุปผลการวิจัย.....	63
การอภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	66
บรรณานุกรม	70
แบบสอบถาม	75
ประวัติย่อของผู้วิจัย	85



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง	36
ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40
ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	41
ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	41
ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	42
ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	42
ตารางที่ 7 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y โดยรวมและรายด้าน	43
ตารางที่ 8 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี.....	43
ตารางที่ 9 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า	44
ตารางที่ 10 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล	45
ตารางที่ 11 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก	46
ตารางที่ 12 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน	46
ตารางที่ 13 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ ธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน	47
ตารางที่ 14 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ ธุรกิจ ด้านการเงิน	48

ตารางที่ 15 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ
ธุรกิจ ด้านลูกค้า.....49

ตารางที่ 16 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ
ธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน50

ตารางที่ 17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ
ธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร51

ตารางที่ 18 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
(ด้านการเงิน)52

ตารางที่ 19 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)54

ตารางที่ 20 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
(ด้านกระบวนการภายใน).....56

ตารางที่ 21 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
(ด้านการเรียนรู้ และการเติบโตขององค์กร)59

ตารางที่ 22 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
(ทุกด้าน โดยภาพรวม)61

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ภาพที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อของ Gen Y (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)	21

3130918834



BUU iThesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าของสังคมโลกปรับเปลี่ยน อย่างรวดเร็วและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กระแสการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ต้องเผชิญไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือองค์กร การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรวดเร็ว และรุนแรง ก็เนื่องจากปัจจัยที่เกิดจากการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง และความซับซ้อนของระบบเศรษฐกิจโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ทำให้สังคมโลกเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมแห่งความรู้ (Knowledge society) ซึ่งความรู้ถูกนำมาเป็นตัวสร้างมูลค่าเพิ่มขององค์การ การพัฒนาความรู้และภูมิปัญญาของแต่ละสังคมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทำให้หลาย ๆ ประเทศต่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนา คุณภาพการจัดการศึกษา เนื่องจากการจะพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมนั้น การพัฒนาคุณภาพของคนให้เป็นเลิศโดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศได้อย่างแท้จริง (เบญจพร พิงไชย, 2556, หน้า 1)

โดยภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีที่สุดของภูมิภาคอาเซียน สามารถเชื่อมโยง ไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชากรจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภูมิภาคเอเชียและประเทศแถบแปซิฟิก คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่า GDP ของโลก นอกจากนี้ 3 จังหวัดภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง) ยังเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนและชิ้นส่วน และมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) รถไฟฟ้าทางคู่ และสนามบินอู่ตะเภา มีเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม จึงสามารถพัฒนาต่อยอดคู่การเป็น “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC)” เพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย ที่จะสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพ



3130918834

BTU 1Thesis 59710048 independent study / rev: 03012562 12:49:10 / seq: 30

ชีวิตและรายได้ของประชาชน โดยคาดว่าจะมีการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี เกิดการจ้างงานใหม่ไม่น้อยกว่า 100,000 อัตราต่อปี จำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้น 10 ล้านคนต่อปี ลดต้นทุนโลจิสติกส์ 400,000 ล้านบาทต่อปี ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้รับบริการสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณูปการ และบริการสาธารณสุขที่เพียงพอทั่วถึง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ทั้งนี้โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC) ในระยะ 5 ปีแรก (ค.ศ. 2017-2020) เป็นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและการลงทุนสนับสนุน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New engine of growth) ภายใต้แนวคิดที่ว่า ประเทศไทยสามารถผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (S-curve) ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (First S-curve) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) (สำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรท.), 2560)

จากผลสำรวจ NextGen: A global generational study 2013 ว่า คน Gen Y คือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-พ.ศ. 2538 โดยคนกลุ่มนี้เติบโตมาในยุคดิจิทัล ที่เต็มไปด้วยการสื่อสารผ่านอีเมลล์ เทคโนโลยีบนมือถือ อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ (Facebook, Skypes, Facetime, Twitter และอื่น ๆ อีกมาก) มีความเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเองสูง มีสไตล์การใช้ชีวิตอย่างสมดุล (Work/ life balance) “ประเด็นสำคัญที่ พบก็คือ Gen Y ที่มีลักษณะนิสัย ความคิด ความเชื่อ รูปแบบการทำงาน และทัศนคติที่แตกต่างกันจนเกิดการทำงานที่เรียกว่า Out of sync พุ่งงาย ๆ ก็คือเข้ากันไม่ได้” สิ่งที่เกิดขึ้นคือ Personality clash ระหว่างคนในแต่ละรุ่น คนยุคก่อนหน้ามองว่าคนรุ่น Gen Y เป็นพวกไม่ทุ่มเทกับการทำงาน ไม่มีน้ำออดน้ำทน เปลี่ยนงานบ่อย ไม่ฟังคำสั่ง แต่ในทางกลับกัน เด็กรุ่นใหม่ก็จะมองว่าคนรุ่นเก่าชอบวางอำนาจ ทำงานเชื่องช้า ทำงานแบบ Hierarchy ถ้าหลัง ในเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งหากมองแบบผิวเผิน ปัญหานี้ดูไม่ได้หนักหนาอะไร เป็นปัญหาภายในที่ไม่ได้ส่งผลต่อการสร้างรายได้ หรือ Bottom line ให้กับองค์กร แต่จริง ๆ แล้ว ถ้ามองดี ๆ มันเป็นปัญหา เชิงลึกที่ส่งผลต่อ Performance และ Turnover และอย่าลืมว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับคนในองค์กรทั้งสิ้น (วิไลพร ทวีลาภพันทอง, 2555)

การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการจะต้องศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจหลายด้าน และจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เนื่องจากความสำเร็จของธุรกิจส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลาการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการจะต้องติดตามและทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กรที่จะนำพา

องค์การให้ไปสู่ความสำเร็จได้นั้นมีหลายปัจจัย ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ คือ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจหรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้จำเป็นต้องมีการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพิจารณาถึงความสำเร็จในแต่ละด้านตามวัตถุประสงค์และปัจจัยขององค์กร ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน การประเมินผลองค์กรแบบสมดุล เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานที่ช่วยให้องค์กรเห็นภาพรวมในการดำเนินงานทั้งองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรได้ การประเมินผลองค์กรแบบสมดุล หรือ Balance scorecard เป็นผลงานของศาสตราจารย์รอเบิร์ต แคปแลน (Robert Kaplan) อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และ ดร.เดวิด นอร์ตัน (Dr.David Norton) ที่ปรึกษาด้านการจัดการ โดยนำเสนอแนวคิดดังกล่าวใน Harvard Business Review เมื่อปี ค.ศ. 1992 เป็นครั้งแรกและได้รับความนิยมแพร่หลายในปีต่อมา Balance scorecard เป็นแนวคิดในเรื่องการประเมินผลขององค์กร โดยนำเสนอว่า การประเมินผลขององค์กรควรประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต แทนที่จะมีมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว เพื่อผลักดัน ไปสู่ความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต (สมคิด บางโม, 2552)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อการนำความรู้ที่ได้จากการคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความสำเร็จดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และสามารถสร้างรายได้สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y
2. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
 - 1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

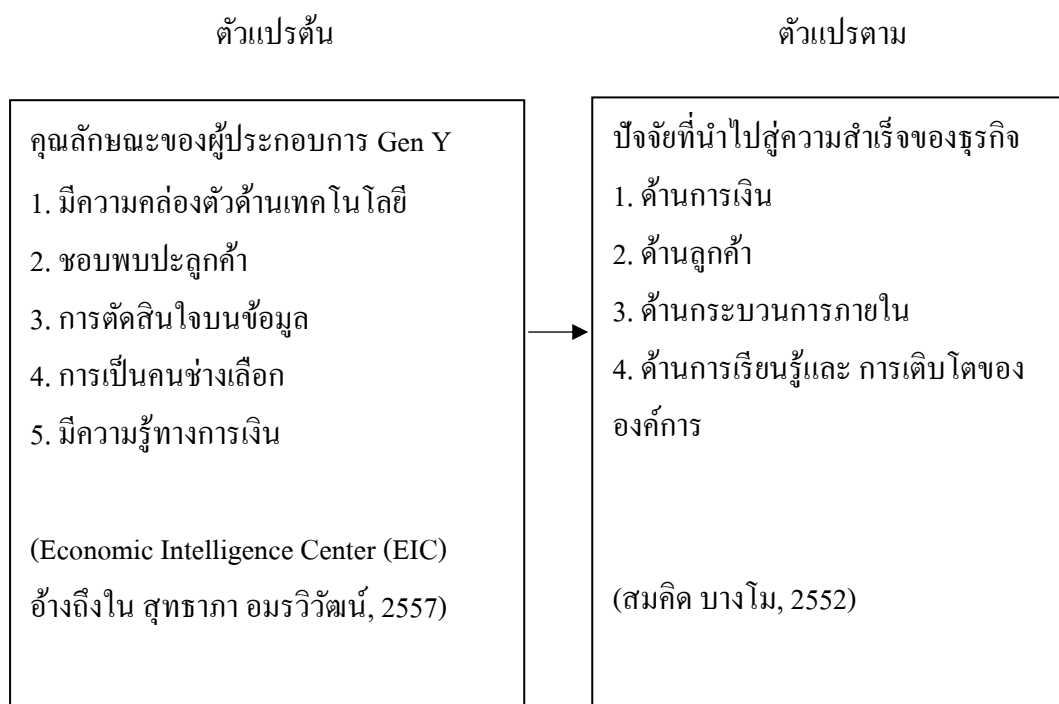
1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

1.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร)

1.5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้านโดยภาพรวม)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

2. เพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ประกอบการธุรกิจได้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC

ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2561

นิยามศัพท์เฉพาะ

เจนเนอร์ชั่นวาย หมายถึง คนที่เกิดอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2523-2538 ซึ่งปัจจุบันมีอายุ 20-35 ปี
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Feature of entrepreneurs) หมายถึง สมรรถนะของบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวทางการกระทำพฤติกรรม หรือกระบวนการคิด โดยสิ่งเหล่านี้จะแผ่ขยายไปยังสถานการณ์อื่น ๆ และคงทนอยู่ภายในตัวบุคคลเป็นระยะเวลานานพอสมควร

โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ EEC: Eastern Economic Corridor หมายถึง แผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern seaboard ที่ดำเนินมาตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา โดยในครั้งนี้สำนักงานเพื่อการพัฒนา ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรท.) มีเป้าหมายหลักในการเติมเต็มภาพรวมในการส่งเสริมการลงทุนซึ่งเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและทำให้ เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว โดยในระยะแรกจะเป็นการยกระดับพื้นที่ในเขต 3 จังหวัดคือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา

ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือบรรลุเป้าหมาย ตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วยประกอบด้วย 4 ด้านคือ

1. ด้านการเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งพิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของผลกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้การลดต้นทุน และอื่น ๆ



3130918634

2. ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษารฐานลูกค้า การเพิ่มลูกค้าใหม่และอื่น ๆ
3. ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การที่องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ โดยพิจารณาด้านผลผลิตภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพวงจรเวลา การปฏิบัติงาน และอื่น ๆ
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร หมายถึง การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยพิจารณาในด้านความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะของพนักงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน และอื่น ๆ



3130918834

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ความรู้ ที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย

การแบ่งเจเนอเรชัน คือ การแบ่งคนออกเป็นกลุ่มย่อยโดยพิจารณาจากช่วงปีเกิด และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงชีวิต คนที่อยู่ในเจเนอเรชันเดียวกันจะมี ลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ลักษณะนิสัย เป็นต้น ซึ่งแต่ละเจเนอเรชันจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน (อศน์อุไร เตชะสวัสดิ์, 2548)

เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ ยุค Millennials คือคนที่เกิดอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2523-2538 คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง และค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับรุ่นพ่อแม่ แต่ก็รับเอาความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเข้ามาแทรกอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวันด้วย

สภาพโดยรวมทางสังคม (Social background) ที่ส่งผลต่อเจเนอเรชันวาย คือ เมื่อเจเนอเรชันวาย เกิดขึ้นประเทศต่าง ๆ ในโลกเริ่มกลุ่มเป็นประเทศร่ำรวย และประเทศยากจนอย่างเห็นได้ชัด ผู้คนเริ่มแบ่งชนชั้นเป็นคนรวย คนจน และคนรวยมีโอกาสด้านสังคมดีกว่า สามารถส่งบุตรหลาน เข้าเรียนใน โรงเรียนเอกชน มหาวิทยาลัยในต่างประเทศ มีบ้านหลังใหญ่ มีคนรับใช้ในขณะที่คนจนยังต้องลำบากหาเงินส่งลูกเข้าโรงเรียนรัฐบาล ซึ่งพื้นฐานทางสังคมและพัฒนาการ



3130918634

สำคัญที่มีผลต่อ วิถีชีวิตของเจนเอเรชั่นวาย (ศรีภักญา, 2548, อ้างถึงใน นราเขต ยิ้มสุข และสิริอร วิชาวุธ 2556, หน้า 68) มีดังต่อไปนี้

1. อินเทอร์เน็ต (Internet) ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในยุคของเจนเอเรชั่นวายเป็นระบบที่สมบูรณ์ การมีคอมพิวเตอร์และการเชื่อมอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นสิ่งพิเศษ เป็นผู้ที่มิมีมุมมองเกี่ยวกับ โลกที่กว้างไกล (Worldviews) การสื่อสารหรือการค้าด้วยระบบเครือข่ายเป็นเพียงช่องทางหนึ่งที่ธรรมดา และโดยส่วนใหญ่ผู้มีอีเมล (E-mail) และเว็บไซต์ (Web site) ส่วนตัวเพื่อติดต่อเพื่อนที่รู้จักกันจริง ๆ (Real friends) และเพื่อนที่รู้จักแบบเสมือนจริง (Virtual friend)

2. การสื่อสารแบบทันที (Instant messaging) สิ่งที่เป็นส่วนควบจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สมบูรณ์ ทำให้เจนเอเรชั่นวายอยู่ในโลกของการสื่อสารแบบทันที ในรูปของการสนทนาออนไลน์ (Chat online) การสื่อสารเช่นนี้ทำให้เจนเอเรชั่นวาย สามารถพูดคุยกับเพื่อน โดยการสื่อสารผ่าน ภาพ เสียง และตัวอักษรไปพร้อม ๆ กันทำให้การสนทนาเต็มไปด้วยอรรถรสไม่ว่าคู่สนทนาจะเคยรู้จักกันมาก่อนหรือไม่

3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile phone) ในยุคของเจนเอเรชั่นวาย โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็น อุปกรณ์จำเป็นสำหรับการสื่อสารธรรมดาที่ทุกคน ไม่ว่าจะอายุมากหรือน้อย รายได้มากหรือรายได้น้อย สามารถเป็นเจ้าของได้ทั้งสิ้น ข้อสังเกต คือ อัตราการเติบโตของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศ กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย สูงกว่าอัตราการใช้ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา เพราะประเทศไทยยังพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานได้น้อยกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา หลายพื้นที่ในต่างจังหวัดยังไม่สามารถติดตั้งโทรศัพท์บ้านได้ โทรศัพท์สาธารณะก็ยังมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โทรศัพท์เคลื่อนที่จึงกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกคนในยุคนี้

พฤติกรรมของเจนเอเรชั่นวาย

เอกสารวิชาการจำนวนมากกล่าวถึง พฤติกรรมของเจนเอเรชั่นวายว่ามีลักษณะหลากหลายด้วยกัน แต่ละลักษณะพฤติกรรมการสะท้อนถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และความคิดเห็นของตนเองต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัวที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรบริโภค ทั้งสิ้น นักวิชาการ หลายท่านได้สรุปลักษณะและพฤติกรรมของเจนเอเรชั่นวายไว้ดังนี้

นราเขต ยิ้มสุข และคณะ (2556, หน้า 69) ได้ทำการสรุปลักษณะพฤติกรรมเฉพาะตัวของเจนเอเรชั่นวายไว้ดังนี้

1. พัฒนาดนเองกว่าคนรุ่นก่อน การแต่งกายมีรสนิยม มีความคิดเป็นของตัวเองแบบฉลาด รอบคอบกว่า ชอบเลือกใช้เพื่อการดำรงชีวิต มีการใช้เทคโนโลยี ใช้ภาษาต่างประเทศ และการติดต่อกับเพื่อนต่างแดน เป็นต้น

2. มีวัยเด็กที่เป็นสุข เนื่องจากเจนเนอร์ชั่นวายได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่เต็มไปด้วยความรัก ทำให้มีทั้งของใช้ และของเล่นมากมาย ซึ่งของใช้และของเล่นส่วนใหญ่เป็นของทันสมัยทำงานด้วยเทคโนโลยี มีการเรียนพิเศษหรือมีพี่เลี้ยงส่วนตัวดูแล ด้วยสภาพครอบครัวที่มีความพร้อมเจนเนอร์ชั่นวาย จึงเป็นเจนเนอร์ชั่นที่เต็มไปด้วยความสุข มีภาระหน้าที่เรียนให้สำเร็จเพื่อมาสืบทอดกิจการที่พ่อแม่สร้างไว้ให้ แรงกดดันจะมีเพียงต้องทำทุกอย่างให้สำเร็จ

3. เด็บโตในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้า เจนเนอร์ชั่นวายเด็บโตในช่วงที่มีการพัฒนาการสื่อสาร ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความสมบูรณ์แบบในทุก ๆ ด้าน เจนเนอร์ชั่นวายจึงพึ่งอินเทอร์เน็ตมากกว่าเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ ในทุกกรณี ไม่ว่าจะเป็นการค้นคว้าข้อมูล การหาความบันเทิงส่วนตัว การสื่อสารกับเพื่อนที่ไม่รู้จักกันมาก่อน นอกจากนี้เจนเนอร์ชั่นวายยังยอมรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้มากกว่า เจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์โดยเฉพาะ เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสื่อ Multimedia ที่ทำให้สามารถสื่อสารภาพและเสียงไปยังปลายทาง ได้โดยไม่ต้องมีการเดินทาง ไปมาหาสู่กัน

4. ไม่ยึดติดในตราสินค้า เจนเนอร์ชั่นวายไม่ยึดติดแบรนด์เท่าเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ โดยตราสินค้าที่สามารถดึงเงินออกมาจากกระเป๋า เจนเนอร์ชั่นวายได้ต้องเป็นตราสินค้าที่มีคุณค่าด้านหน้าที่การทำงาน (Functional value) สูง ในขณะที่คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional value) ต่ำด้วย

5. มีลักษณะหลากหลาย และเชื่อในทางเลือกหลายทาง เจนเนอร์ชั่นวายเชื่อว่าโลกนี้มีทางเลือก เพราะสิ่งต่าง ๆ รอบตัวของเจนเนอร์ชั่นวายต่างก็เต็มไปด้วยทางเลือกที่หลากหลาย สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

การศึกษาและการทำงาน: เมื่อเริ่มเรียนหนังสือสามารถเลือกได้ว่าจะเรียนสายภาษา หรือสายวิทยาศาสตร์ เมื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยก็สามารถเลือกคณะได้ตามต้องการ เมื่อเรียนจบก็สามารถเลือกที่จะทำงานกิจการของครอบครัว หรือทำงานบริษัทอื่น ๆ

เพศของตนเอง: ด้วยสังคมที่เปิดกว้างและยอมรับมากขึ้น จึงมีอิสระที่จะเลือกเพศของตนเอง ได้อย่างเสรีกว่ารุ่นก่อน สามารถเลือกที่จะเปลี่ยนเพศได้อย่างสบายขึ้น

คู่รัก: เจนเนอร์ชั่นวายสามารถเลือกได้ว่าต้องการมีคู่รักลักษณะไหน บางคนเลือกที่จะมีคู่รักต่างเพศระยะหนึ่ง แล้วก็เปลี่ยนใจไปมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันอีกระยะหนึ่ง สังคมก็ถือเป็นเรื่องปกติ

การสื่อสาร: เจนเนอร์ชั่นวายสามารถเลือกได้ว่า จะสื่อสารแบบพูดคุยด้วยเสียงหรือไร้เสียง จะใช้โทรศัพท์บ้าน หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่



3130918834

การแต่งกาย: เจเนอเรชั่นวายสามารถเลือกเสื้อผ้าหลาย ๆ แบรินด์มาใช้ผสมผสานกันเอง
Mix & Match

ความบันเทิง: เจเนอเรชั่นวายสามารถเลือกเพลงโปรดมารวมอยู่ในเครื่องเล่นของตนเอง
ได้โดยตามลำพัง และสามารถเลือกชมโทรทัศน์รายการโปรดได้หลากหลายมากมายหลายช่อง

ศาสนา: เจเนอเรชั่นวายเลือกได้ว่าจะนับถือศาสนาอะไร หรือไม่นับถือศาสนาอะไรก็
สามารถไปวัดทำบุญตักบาตรตามธรรมเนียมไทย กินเจตามธรรมเนียมจีน ฉลองคริสต์มาสตาม
ธรรมเนียมตะวันตก เป็นต้น

การเมือง: เจเนอเรชั่นวายเชื่อว่าตนเองมีทางเลือก ไม่จำเป็นต้องเลือกคนแบบเดิม ๆ ที่เคย
เป็นที่นิยมกันมา

เพื่อน: เจเนอเรชั่นวายเลือกได้ว่าจะเลือกคบเพื่อนประเภทไหน ไม่ว่าจะเพื่อนที่มี
ตัวตน หรือเพื่อนที่ไม่เคยเห็นหน้ากันมาก่อน

6. เป็นตัวของตัวเองและใช้ชีวิตแบบตลกขบขัน เจเนอเรชั่นวายเป็นคนสมัยใหม่ เป็นตัว
ของตัวเอง และนิยมใช้ชีวิตแบบตลกขบขัน (Edgy) นิสัยเช่นนี้ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้ามีแนวโน้ม
ที่จะเลือกสรร สิ่งที่ซื้อแล้วมีความสุข (Purchase-happy) มากกว่าหุหุ

7. ใกล้ชิดกับผู้ปกครอง เจเนอเรชั่นวายได้รับการเลี้ยงดูในฐานะเป็นสมาชิกคนสำคัญ
ในบ้าน จึงทำให้คนกลุ่มนี้จำนวนสูงถึงร้อยละ 90 รู้สึกว่าตนเองใกล้ชิดกับพ่อแม่ เมื่อเปรียบเทียบกับ
เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ ที่มีเพียงร้อยละ 30 ถือว่า เจเนอเรชั่นวายใกล้ชิดกับพ่อแม่มากกว่า

8. รู้สึกไม่แตกต่างระหว่างชนชาติ ความเป็นยุคแห่งโลกาภิวัตน์ เจเนอเรชั่นวายจึงไม่
รู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างชนชาติของมนุษย์ที่อยู่ร่วมโลกมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสาร
ที่ไร้พรมแดน การศึกษาในต่างประเทศ และการได้สัมผัสคนรอบข้างที่มีชื่อเสียง ทำให้
เจเนอเรชั่นวาย ยินดีให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ที่เป็นกิจกรรมรณรงค์ให้ความ
ช่วยเหลือกันของมนุษย์ทั้งภายในชาติเดียวกันและระหว่างชาติ

9. วัฒนธรรมหลักร่วมกัน เจเนอเรชั่นวายเป็นผู้บริโภค ที่ซึมซับวัฒนธรรมใหม่ ๆ ของ
ความบันเทิงไว้หลากหลายรูปแบบ เช่น แนวเพลงสมัยใหม่ หรือวัฒนธรรมการแต่งกายแบบใหม่
ที่ผู้หญิงสามารถแต่งตัวเป็นผู้ชาย และผู้ชายอาจแต่งกายเหมือนผู้หญิง วัฒนธรรมเหล่านี้เป็นผลมา
จากการรับสื่อต่างประเทศที่ไร้พรมแดน ทำให้เจเนอเรชั่นวายทั่วโลกเกิดการเรียนรู้ และซึมซับเข้า
ไปในสายเลือดอย่างเป็นธรรมชาติ

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) กล่าวถึงลักษณะพฤติกรรมร่วมของเจเนอเรชั่นวายโดย
ได้ศึกษารวบรวมผลการวิจัยในต่างประเทศ เกี่ยวกับลักษณะร่วมกันในเรื่อง บุคลิกภาพ ค่านิยม
และแนวโน้มพฤติกรรม ทั้งสิ้น 13 ประการ ได้แก่

1. เป็นตัวของตัวเองสูง เจเนอเรชั่นวายมีความคิดอ่าน ทักษะคิด เป้าหมาย รวมถึง การแต่งกาย วิธีพูด รูปแบบการใช้ชีวิต ที่เป็นแบบฉบับของตัวเอง เจเนอเรชั่นวายภูมิใจเช่นนั้น เนื่องจากไม่ ต้องการเลียนแบบใคร เมื่อเจเนอเรชั่นวายมาทำงานจะแต่งกายแบบที่ชอบแม้จะถูกมอง ว่าแปลก หรือไม่ค่อยสุภาพ ทั้งยังยืนหยัดบนความคิดเห็นของตัวเอง ไม่คล้อยตามผู้อื่นง่าย ๆ การ พุดจาตรงไปตรงมา และไม่ชอบให้ใครมาสอนหรือบงคับ

2. ความอดทนต่ำ หมายถึงทั้งความอดทนทางร่างกายและจิตใจ เมื่อหิว ร้อน เหนื่อย หรือว่าง จะแสดงออกมาอย่างชัดเจน และมีภูมิด้านทานทางจิตใจและอารมณ์ต่ำกว่าเจเนอเรชั่นอื่น ดังนั้น เจเนอเรชั่นวายจึงมักเก็บอารมณ์ไม่ค่อยได้ หากเกิดปัญหาหรือไม่พอใจในการทำงานก็มี โอกาสลาออกสูง ในทางกลับกันหากทำผลการทำงานได้ดีแต่ค่าตอบแทนหรือโอกาสก้าวหน้า การเติบโตในหน้าที่ไม่รวดเร็วก็จะลาออกไปหาโอกาสความก้าวหน้าที่อื่น

3. อยากรู้ อยากเห็น หากคำตอบจากคำถามในสิ่งที่ตนสงสัย ด้วยการใช้คำถามว่าทำไมอยู่ เป็นประจำ

4. ทำท่ายกฐานะเทียบ ไม่นิยมยกฐานะเทียบ ข้อบงคับ กติกา มักตั้งคำถามและต้องการ ความยืดหยุ่นเสมอ หากมีการควบคุมอย่างเข้มงวดก็จะทำผิดกฎมากขึ้น เนื่องจากเจเนอเรชั่นวาย มีความรู้สึกอึดอัดกับกฎระเบียบที่จัดไว้ให้เป็นอย่างยิ่ง นอกจากกฎระเบียบแล้ว เจเนอเรชั่นวาย ไม่นิยมปฏิบัติตามวัฒนธรรม ประเพณี หรือแนวปฏิบัติเดิม ๆ สักเท่าไร ผู้อาวุโสมักไม่ค่อยพอใจ และมองว่าเป็นพวกแปลกแยก

5. ทะเยอทะยานสูง เป้าหมายในอาชีพค่อนข้างชัดเจนและตั้งไว้สูง ซึ่งเจเนอเรชั่นวายก็ มุ่งมั่นและทุ่มเท เพื่อไปให้ถึงหากเป็นไปได้ก็จะก้าวกระโดดไปสู่จุดหมายในระยะเวลาอันสั้น

6. คู่แข่งกับเทคโนโลยี มีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย หรือเครื่องมือทาง เทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างคล่องแคล่ว รวมถึงการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ใน Cyber space จากผลการศึกษา ของ The fort lauderdale สหรัฐอเมริกา พบว่าร้อยละ 90 ของพนักงานอายุ 13-24 ปี ยอมรับว่าเมื่อ ฟัง iPod ขณะทำงานจะทำให้มีความสุขในการทำงานและทำงานได้ดีขึ้น นอกจากนั้นหากไม่ สามารถเชื่อมต่อ กับ Cyber space ได้ก็จะรู้สึกเหมือนชีวิตบางส่วนขาดหายไป

7. ชอบการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง แม้ไม่แน่ใจว่าจะนำไปสู่สิ่งที่ดีกว่า แต่ก็กล้าเสี่ยง และรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจที่จะเปลี่ยนไปสู่สิ่งใหม่

8. กระตือรือร้น เป็นกลุ่มคนที่ไฟแรงและคล่องตัวในบางรายอาจถึงขั้นไฮเปอร์ คือ คิดเร็ว พุดเร็ว ทำเร็ว เมื่อทำอะไรก็อยากเห็นผลเร็ว ทำให้บางครั้งไม่ละเอียดรอบคอบ

9. มองโลกในแง่ดีมาก มักเป็นคนคิดในเชิงบวกและคิดในแง่ดีว่าทุกอย่างเป็นไปได้และ จะประสบความสำเร็จ มองโลกนี้เป็นสีชมพู

10. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีแนวคิดมากมายอยากแสดงออก มีความคิดที่แตกต่าง
อยากนอกรอบ เชื่อว่าความคิดสร้างสรรค์นี้ เป็นผลจากการเลี้ยงดูของผู้ปกครองสมัยใหม่ ทำให้
มั่นใจ กล้าคิด กล้าทำ
11. มั่นใจในตนเองสูง เป็นไปในเชิงรู้สึกดีกับตนเอง ไม่ได้เป็นการเปรียบเทียบกับผู้อื่น
จนบ่อยครั้งถูกเข้าใจผิดว่าไม่อ่อนน้อม แข็งกระด้าง หรือก้าวร้าว
12. ไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า เนื่องจากเชื่อมั่นในตนเองสูง จนอาจมองได้ว่าไม่มี
สัมมาคารวะกับผู้ที่อาวุโสกว่าตน
13. มีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำ ให้ความสำคัญกับตัวงานมากกว่าองค์กร มองหางาน
ที่พอใจ ทำให้เกิดอัตราการลาออกสูง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวาย

ศรี กัญญา (2548 อ้างถึงใน นราเชต ยัมสุข และคณะ. 2556, หน้า 76) ได้สรุปพฤติกรรม
การบริโภคสินค้า เฉพาะของเจนเอเรชั่นวาย ดังนี้

1. เน้นความสำคัญกับราคา (Price conscious) เจนเอเรชั่นวายเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับราคา โดยมักจะนำราคามาพิจารณาควบคู่กับคุณค่าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้การทำตลาดกับเจนเอเรชั่นวาย จึงจำเป็นต้องนำเสนอคุณค่าทั้ง 2 ประการผ่านสื่อทุกรูปแบบ สินค้าที่มุ่งเน้นสร้างแบรนด์แต่ละเลยคุณค่าที่จับต้องได้ แม้จะโดนใจเจนเอเรชั่นวายแต่ก็จะไม่สามารถดึงเงินออกจากกระเป๋าเจนเอเรชั่นวายได้
2. รักดีต่อตราสินค้าใหม่อย่างรวดเร็ว (High speed new brand loyalty) นักวิชาการในอดีตรมีความเชื่อว่าความรักดีต่อแบรนด์ (Brand loyalty) จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคเรียนรู้ (Learning) เรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ซ้ำ ๆ ต่อเนื่องกันหลายปี ทฤษฎีนี้เป็นจริงสำหรับผู้บริโภคที่เป็น เจนเอเรชั่นบี และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ แต่ดูเหมือนจะคลาดเคลื่อน เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับเจนเอเรชั่นวายเมื่อนักการตลาด เริ่มสังเกตเห็นว่าแบรนด์ใหม่ ๆ ที่เพิ่งก่อตั้งสามารถสร้างความรักดีต่อแบรนด์ให้แก่ผู้บริโภคเจนเอเรชั่นบีได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างแบรนด์ที่กล่าวถึง ได้แก่ Yahoo, Google, Sanook, Gap, Roxy, Hutch เป็นต้น ข้อสังเกตก็คือ แบรนด์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในลักษณะ High speed มักเป็นแบรนด์ที่เกิดใหม่ นำเสนอสินค้าและบริการแบบไม่ธรรมดาหรือสื่อสารแบบไม่ธรรมดา

พฤติกรรมยอมรับแบรนด์และรักดีต่อแบรนด์อย่างรวดเร็วนี้ ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการทำตลาดกับเจนเอเรชั่นวาย กรณีเป็นโอกาสก็คือ ทำให้แบรนด์ใหม่มีความหวังว่าจะสามารถทำตลาดกับเจนเอเรชั่นวายได้ง่ายและรวดเร็ว หากสินค้ามีคุณค่าที่จับต้องได้ทั้งแปลกใหม่และโดนใจ หรือหากสามารถสื่อสารได้แปลกใหม่และตรงใจ แต่ที่

เป็นอุปสรรค ก็เพราะพฤติกรรมยอมรับแบรนด์ใหม่อย่างรวดเร็วนี้ ไม่มีข้อจำกัดเลย เจเนอเรชันวายพร้อมที่จะพอใจในแบรนด์ใหม่ใด ๆ ก็ได้จากทั่วทุกมุมของโลกได้อย่างรวดเร็ว นั่นก็หมายความว่าแม้แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จกับเจเนอเรชันวายในวันนี้ ก็ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าเจเนอเรชันวายจะพอใจในแบรนด์นั้น และเลิกแสวงหาสิ่งที่ดีกว่าในวันหน้าแต่อย่างใด

3. เน้นความสำคัญกับความเท่ (Cool conscious) เจเนอเรชันวายเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความเท่ (Cool) ในแบบฉบับของตนเองเป็นอย่างมาก ซึ่งความเท่ในแบบฉบับของเจเนอเรชันวาย ก็จับทิศทางได้ยาก เพราะความเท่เป็นเรื่องของความคิดและความรู้สึก ซึ่งยากที่จะทำให้ คนหลาย ๆ คนคิดเห็นตรงกันได้ อย่างไรก็ตามก็ตีจากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดของเจเนอเรชันวาย นั้นพบว่าความเท่ในแบบฉบับที่เจเนอเรชันวายมีโอกาสสนใจ สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ความเท่ในแบบฉบับ Mix 'n' Match ซึ่งหมายถึง ความเท่แบบไร้ระเบียบ (Unorganized) หมายถึง การนำของสองสิ่งที่ไม่น่าจะอยู่ด้วยกันมาปรับเปลี่ยน จัดชุดเข้ากัน ทำให้เกิดเป็นความแปลกใหม่ที่เท่เก๋และลงตัว

3.2 ความเท่แบบมี Innovation ไม่ว่าจะ เป็น Innovation ใน P-product, P-price, P-promotion หรือแม้แต่ P-place แบรนด์ที่พยายามจะจับตลาดกลุ่มนี้ จึงไม่จำเป็นต้องยึดติดกับการตลาดเดิม ๆ หากแต่สามารถคิดหาวิธีใหม่ ๆ ที่แหวกแนว และลองทำตลาดดู หากเท่และโดนใจ โอกาส สำเร็จก็ไม่ยาก

4. เน้นความสำคัญกับการตกแต่ง และสิ่งสวยงาม (Decoration & Beautification Conscious) เจเนอเรชันวายเป็นเจเนอเรชันอารมณ์ดี มองโลกในแง่ดี จึงมองทุกสิ่งเป็นสิ่งที่สวยงาม สิ่งใดที่สวยงาม ก็มักจะนำมาตกแต่งให้สะท้อนตัวตนและความสวยงามไปพร้อม ๆ กัน เช่น

โทรศัพท์มือถือ ตกแต่งให้สวยงามสะท้อนสไตล์ของตัวเอง ด้วยการปรับเปลี่ยน Screen Saver, Theme, โลโก้ เสียงเรียกเข้า ฯลฯ

รถส่วนตัว ตกแต่งให้เท่และน่าใช้ด้วยเครื่องประดับต่าง ๆ ทั้งในรถและนอกรถ

รูปร่างหน้าตาตัวเอง ตกแต่งให้สวยด้วยการใช้บริการต่าง ๆ ทั้งที่เป็นบริการชั่วคราว เช่น ฟันที่เล็บ ต่อขนตา ไฮไลท์ผม จนกระทั่งบริการถาวร เช่น เสริมเขี้ยว ผังเพชรที่ฟัน จัดฟัน ฯลฯ

สัตว์เลี้ยง ตกแต่งให้สวยงามด้วยการตัดแต่งขน รวมทั้งซื้อเครื่องประดับร่างกายที่สวยงามต่าง ๆ ให้ใช้

การเชื่อมต่อ (Connexity) การที่เกิดมาเป็นคนรุ่นใหม่แห่งยุคไร้พรมแดน เจเนอเรชันวายต้องการการเชื่อมต่อทุกที่ ทุกเวลา กับทุกคนในทุก ๆ ลักษณะของข้อความ (Anywhere, Anytime, Any message) แต่เนื่องจากชีวิตของเจเนอเรชันวายเต็มไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เวลาว่าง เพื่อทำการ

ติดต่อเองดูเหมือนจะไม่ค่อยมีนั่นก็หมายความว่า แบนด์ไวด์ที่สามารถทำหน้าที่เป็น สื่อกลาง ช่วยทำหน้าที่เชื่อมต่อให้เจเนอเรชันวายได้ก็สามารถทำตลาดกับเจเนอเรชันวายได้ไม่ยาก

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจเนอเรชันวายมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากเจเนอเรชันอื่น เพราะลักษณะการบริโภคของเจเนอเรชันยายนั้นให้ความสำคัญกับราคากับคุณค่า ซึ่งในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งจะนำราคามาพิจารณาควบคู่กับคุณค่าที่ตนเองได้รับเสมอ โดยสินค้าหรือบริการที่เจเนอเรชันวายบริโภค ต้องสามารถสะท้อนตัวตนของเจเนอเรชันวาย และมีความโดดเด่นแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งความแตกต่างและน่าสนใจนี้สามารถทำให้เจเนอเรชันวายเกิดความภักดีต่อตราสินค้ากลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อในทางที่ดี นอกจากนี้การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ก็เป็นสิ่งสำคัญที่เจเนอเรชันวายมากสำหรับเจเนอเรชันวายในการสร้างความบันเทิงและเชื่อมโยง ชีวิตของตนกับผู้อื่นในสังคมออนไลน์ แบบไม่จำกัดเวลาและสถานที่

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพลังทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การประดิษฐ์คิดค้น การบุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนเป็นผู้จุดชนวนความเติบโตทางเศรษฐกิจในมิติต่าง ๆ การที่ผู้ประกอบการคือผู้ที่ใช้พลังความสามารถทั้งหมดของตนเองเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรและการเติบโตให้แก่กิจการ ดังนั้นพลังดังกล่าวจึงมีส่วนช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในเชิงแข่งขันให้กับประเทศ (อำนาจ ชีระวนิช, 2552)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (รัชจรินทร์ พรชัยวิเศษกุล, วิวรรณรักษ์ จรัสวีริยะกุล, อัญชลี วิสุทธีมรรค และสุรัต พิชัย, 2546) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมี 10 คุณลักษณะ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง การมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความรู้ในการบริหารจัดการ มีมนุษยสัมพันธ์สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม และมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
2. ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง การชอบงานท้าทาย กล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจ ชอบทำในสิ่งแปลกใหม่ มีความทะเยอทะยาน
3. ความซื่อสัตย์ หมายถึง การมีจริยธรรมหรือคุณธรรม มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทีมงาน และพนักงาน มีความจริงใจ มีอุดมการณ์ต้องการสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม

4. มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ หมายถึง การมีความรู้พื้นฐานทางธุรกิจมีประสบการณ์ มีความถนัดในธุรกิจที่ทำ มีความชำนาญด้านเทคนิคปฏิบัติได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา

5. ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ หมายถึง มีความตั้งใจจริง ทำงานติดต่อกัน มีความพยายามต่อสู้ไม่ท้อถอย บริการลูกค้าดี เน้นคุณภาพสินค้าและบริการ มีใจรักในธุรกิจ

6. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หมายถึง รับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น ต้องการความเป็นอิสระ มีความรับผิดชอบ อดทนต่อความกดดัน

7. มีวิสัยทัศน์ หมายถึง มีความคิดช่างสังเกต มองหาโอกาสที่ดี เรียนรู้และพัฒนาสินค้าหรือบริการ

8. ประหยัด หมายถึง มีความประหยัด ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

9. พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีการสอนงาน อธิบายและฝึกอบรมทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น รวมถึงทักษะใหม่ ๆ ที่ทันสมัยให้กับพนักงาน

10. มีความเชื่อเรื่องโชค หมายถึง การที่ผู้ประกอบการเชื่อว่าความสำเร็จสามารถหาได้จากการทำงานหนัก การค้นหาสาเหตุของความล้มเหลว แต่จะหลีกเลี่ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบและลงเสียงกับโอกาสใหม่ ๆ โดยไม่ปฏิเสธโชคที่มี

ชุดิมา โอภาสานนท์ (2553) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่ามีความกล้าเสี่ยง ต้องการมุ่งความสำเร็จ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผูกพันต่อเป้าหมาย ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ยินหยัดต่อสู้งานหนัก เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน มีความสามารถในการบริหาร เป็นผู้นำที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้น ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน มีความซื่อสัตย์

คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายประการประกอบกัน ผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบทุกข้อ แต่ควรพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเองก็จะเป็นประโยชน์ คุณลักษณะดังกล่าวมีดังต่อไปนี้ (สุรชัย ภัทรบรรเจิด, 2554)

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถของเขา เขาจะไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปได้ร้อยเปอร์เซ็นต์หรือเท่ากับ ไม่มีความเสี่ยงเลย และเขาจะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่เขาชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวความเสี่ยงระดับนี้เขาประเมินแล้ว ไม่เกินความสามารถของเขาที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ

โดยเขาหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ เขาจะใช้เวลาศึกษาวางแผนตลาด เลือกการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการบริหาร พร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และหน่วยงานของรัฐบาล ศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วน แล้วค่อยตัดสินใจพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เขาจะไม่เหมือนกับคนทั่วไปที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง แต่เขาจะกล้าเสี่ยงระดับปานกลางที่คิดว่ามีการประเมินความเป็นไปได้เป็นอย่างดีแล้ว

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for achievement) เมื่อมองเห็น โอกาสแห่งความเป็นไปได้ พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้ว เขาจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิด สติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก เขายังคงต่อสู้ต่อไป พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงาน เกิดการเรียนรู้ถึงความผิดพลาดจากที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ พอใจภูมิใจที่งานออกมาดีเด่น จุดมุ่งหมายทางธุรกิจมิได้อยู่ที่ทำการใด แต่จะทำการเพื่อการขยายความเจริญเติบโตของกิจการ ทำการใดเป็นเพียงเครื่องสะท้อนว่าจะทำได้ เขาไม่เพียงสนใจที่ผลบรรลุเป้าหมาย แต่เขาสนใจวิธีการของ ขบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity thinking) เมื่อท่านต้องการประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบดั้งเดิม แต่เป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมา นำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมนำมาใช้กับการบริหารธุรกิจ เป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด และเกือบทุกครั้งของความแตกต่างนั้นทำให้ได้ผลเป็นอย่างดีนอกจากนี้ยังกล้าคิดค้นประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ พร้อมทั้งแสวงหาวัตถุดิบใหม่ ๆ มาทดแทน ปรับปรุงการดำเนินงาน นำการจัดการสมัยใหม่มาใช้ผลิตให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต ความคิดสร้างสรรค์นี้ เขาอาจคิดขึ้นมาเอง หรือเอาแนวคิดมาจากนักประดิษฐ์ นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษามากก็ได้

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อการตั้งเป้าหมาย มีการวาดภาพจินตนาการไปถึงความสำเร็จ และจะต้องทำอะไรถ้าล้มเหลว จะเกิดจากอะไร แก้ไขอย่างไร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เขาจะทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป้าหมายนั้นล้วนแต่เป็นการเอาชนะทั้งนั้น ความคิดผูกพันที่จะเอาชนะ ถึงกับวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า เป็นอย่างดี เพราะกลัวความล้มเหลว มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมายเตรียม

ป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจ ผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงานเต็มใจปฏิบัติตามที่วางไว้ สามารถโน้มน้าวใจแหล่งเงินทุน เช่น ธนาคาร ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ให้คล้อยตามความคิดของเขาและยินดีให้การสนับสนุนทางการเงินลงทุนแก่เขา

6. ยืนหยัดต่อผู้ทำงานหนัก เมื่อพิจารณารอบคอบแล้วตั้งเป้าหมาย พยายามทำงานหนัก ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ หากที่จะหยุดยั้งหรือท้อแท้ได้ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรค ถูกกดดันอย่างใหญ่หลวงก็ไม่สามารถหยุดยั้งได้ ขอเพียงให้งานที่เขารับผิดชอบสำเร็จเท่านั้นพูดได้ว่าเขาเก็บตัวอยู่กับงานตลอดเวลา

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ควรจะต้องปฏิบัติ สำหรับผู้ประกอบการ เป็นการมองในอดีตที่เคยทำผิดพลาด นำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงาน ให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม เขาจะมองเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็น โอกาสที่จะได้เรียนรู้ในการทำงาน บางครั้งเขาไม่สามารถทำได้สำเร็จ เขาก็จะหยุดคิดหาวิธีใหม่ ๆ มาแก้ไขปัญหา เขาจะไม่มูทะลุยึดมั่นกับแผนเดิมแล้วทำไม่ได้ เขาจะยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงจนทำได้สำเร็จ ฟังความคิดเห็นของผู้รู้ผู้แนะนำ

8. มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงาน เมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไป ของการเติบโตทางเศรษฐกิจ ลักษณะของความเป็นผู้นำก็ย่อมแตกต่างกันไป โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจ จะต้องรับบทบาทเป็นผู้นำ ที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง ทำงานหนัก เพื่อให้บรรลุความสำเร็จเอาใจใส่ผู้ร่วมงาน วางแนวทางการทำงาน พร้อมให้คำแนะนำ ผู้ร่วมงานรับคำสั่งด้วยความเต็มใจปฏิบัติ เขาจะเป็นผู้กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และเป็นกันเอง ผลงานดำเนินไปด้วยดีต่อมากิจการเติบโตขึ้น การบริหารงานก็เปลี่ยนแปลงไป ลูกน้องมีการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมั่นได้มากขึ้น ไว้วางใจและแบ่งความรับผิดชอบให้ลูกน้องมากขึ้น จนถึงปล่อยให้ดำเนินการเอง ส่วนตนเองจะได้มีเวลาใช้ความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการหรือลงทุนใหม่ มีการวางแผนสั่งการตัดสินใจทำงานตามที่วางไว้ กล่าวลงทุนจ้างผู้บริหารมาช่วยงานมากกว่าเป็นธุรกิจครอบครัว รู้จักปรับเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

9. มีความเชื่อมั่นตนเอง ผู้ประสบความสำเร็จ มักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ขอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้ มีความทะเยอทะยาน มักจะประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป เชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป จึงไม่แปลกที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเคยมีประวัติความล้มเหลวมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะช่วงแรกของชีวิตการทำงานแต่เขาไม่เลิกล้มความล้มเหลวทำให้เขาไม่หยุดก้าวต่อไป กล้านำบทเรียนนั้นมาแก้ไขปรับปรุงจนสามารถต่อสู้อุปสรรคต่าง ๆ ได้สำเร็จ เขาเชื่อมั่นว่าไม่ว่าสถานการณ์อย่างไรเขาต้องพึ่งตนเองได้ ปัจจัยอื่น ๆ เป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น การทำงานหนัก ความทะเยอทะยาน และการแข่งขันจะเป็นสิ่งสนับสนุนตนเองได้ดีที่สุด

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้มีประสบการณ์สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี เป็นผู้นำในการทำสิ่งต่าง ๆ เขามักจะมีความคิดริเริ่มแล้วลงมือทำเอง หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำ และเขาจะเป็นผู้ดูแลจนงานสำเร็จ ไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เขาก็จะรับผิดชอบตัดสินใจในผลงานนั้น ไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่ เขาเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้เกิดขึ้นเท่านั้น

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง แสดงให้เห็นการทำงานเต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวาที่ยากจะหาค้น มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างรวดเร็ว ทำงานหนักมากกว่าวันละ 18 ชั่วโมงเกินกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน มีพลังผูกพันตัวเองไม่อยู่นิ่งด้วย การฆ่าเวลาให้หมดไปวันหนึ่ง ๆ เบื่อหน่ายต่องานซ้ำซากจำเจ

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม ถึงแม้จะเชี่ยวชาญชำนาญในการผลิต แต่ความรู้และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ ก็ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอด โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เขาวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ความรู้ไม่มีวันเรียนจบ ความรู้อาจจะได้จากการสัมมนา ฟังกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ มาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา สิ่งเหล่านี้จะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้งานสำเร็จเร็วขึ้น

14. กล้าตัดสินใจและมีความมุมานะพยายาม กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่นไม่หวาดหวั่นเชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้ แม้งานจะหนักก็ทุ่มเทให้สุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนักถือว่างานหนักนั้นเป็นงานท้าทายใช้ความรู้ สติปัญญา ความสามารถของเขาในการทำงานเขาจะภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ ความมุมานะพยายามนั้น เป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจ



ทำแข่งขันกับตัวเองและแข่งขันกับเวลาจนขายหาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคจนสามารถบรรลุความสำเร็จ

15. อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เริ่มทำธุรกิจ มักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเอง จึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้าน ลูกน้องทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเองเพื่อให้งานสำเร็จ บางครั้งเข้าไปควบคุมกำกับอย่างใกล้ชิด ทำให้ดูเหมือนไม่ไว้วางใจผู้ร่วมงาน แต่เขาหวังเพียงความสำเร็จ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก ผู้ประกอบการบางคนมักจะฝังใจในอดีต ซึ่งบางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลวแล้วไม่สามารถปรับตัวเองได้ บางคนปรับตัวได้โดยพยายามเข้าใจในอดีต บางคนมีแต่โลกแห่งความฝัน สร้างวิมานในอากาศ แล้วไม่ลงมือทำ จึงไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นจงทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุดคิดถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ แต่มุ่งทำปัจจุบันให้สำเร็จ ไม่ต้องไปกังวลอย่างอื่นจนทำอะไรไม่ได้

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของคนที่จะปรับตนเองให้เป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามที่ควบคุมไม่ได้ หรือขึ้นอยู่กับโชค หรือดวง ถ้าพูดถึงโชคหรือดวงนั้น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความเห็นว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่เป็นหลักแต่ทั้งนี้อยู่ที่การกระทำของตนเอง ต้องใช้ความรู้ความสามารถผลักดันตนเอง จึงจะประสบความสำเร็จไม่ใช่ไปดูหมอดู

18. ทำอะไรเกินตัว คือ ความล้มเหลว การทำอะไรรู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินตัวเกินความสามารถ จะได้ไม่ประสมกับความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ ในระยะแรกการคาดการณ์ตลาดยังไม่ชัดเจน แต่ทำธุรกิจแบบใจใหญ่ แทนที่จะเริ่มเล็ก ๆ ไปก่อน แต่กลับไปลงทุนใหญ่ที่เดียวผลลัพธ์ไม่สามารถหาค่าได้ สินค้าที่ผลิตได้ก็ไม่สามารถจะระบายออกไปได้ ผลสุดท้ายมีสินค้าค้างสต็อกมาก เงินทั้งหมดก็มาจมอยู่ ไม่สามารถหาเงินลงทุนต่อไปได้ นี่เป็นสาเหตุของความเกินตัว ทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้

19. ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน การทำธุรกิจย่อมมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อกำไร แม้ว่าจุดมุ่งหมายเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องแข่งให้ล้มไปข้างหนึ่ง ยังมีวิธีการที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไปผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันจะต้องไม่พยายามทำธุรกิจให้เกิดคู่แข่งแต่ต้องดำเนินให้เกิดเพียงคู่แข่งอย่างเดียว ร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดโดยร่วมกันตั้งเป็นสมาคม ชมรม เพื่อช่วยเหลือกัน การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขัน ควรแข่งขันในเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพ บริการ ด้านลดต้นทุนการผลิต ถ้าไม่มีการแข่งขันก็จะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น

20. ประหยัดเพื่ออนาคต การดำเนินธุรกิจต้องใช้ระยะเวลายาวนานกว่าจะบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้นยังไม่เห็นผล ผู้ประกอบการต้องมีการประหยัด อดออมไว้เพื่อนำไปขยายกิจการในอนาคต ต้องรู้จักห้ามใจที่จะหาความสุขความสบายในช่วงที่ธุรกิจเพิ่งจะตั้งตัว อดเปรี้ยวไว้กินหวาน เพื่ออนาคตข้างหน้า

21. มีความซื่อสัตย์ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้างความเชื่อถือของตนเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นนายที่ดีของลูกน้อง โดยสัญญาจะให้โบนัสกับเขาก็ต้องให้ มีความซื่อสัตย์ต่อเพื่อนร่วมหุ้น ต่อครอบครัว และต่อตนเอง

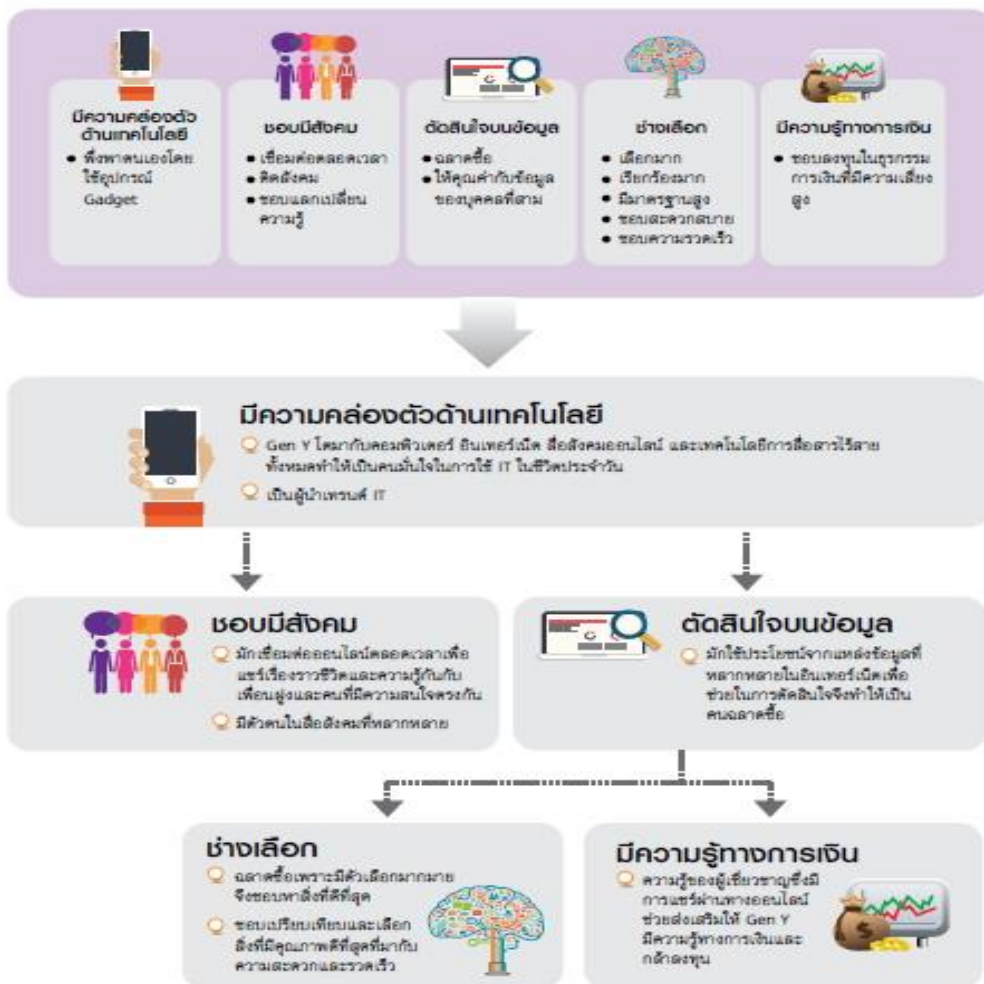
คุณลักษณะของผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย

กลุ่ม Generation Y หรือ Gen Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1981-2000 ซึ่งเป็นช่วงที่โลกได้เข้าสู่ยุคสารสนเทศ ปัจจุบันคนกลุ่มนี้มีอายุ 15-34 ปี ผู้บริโภคกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและเมื่อผนวกเข้ากับอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้พวกเขามีความต้องการแลคคาตหวังสูงกว่ากลุ่มที่เกิดก่อนหน้า การเติบโตของบริษัทประเภท Startup ทั่วโลกที่พยายามตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่ม Gen Y ในทุกมิติ ทั้งสินค้าและบริการ ยิ่งทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้รู้สึกว่าตัวเองมีอำนาจการต่อรองอยู่ในมือ (สุทธภา อมรวิวัฒน์, 2557)

ธุรกิจควรเร่งให้ความสำคัญกับกลุ่ม Gen Y เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะยังคงมีขนาดใหญ่กว่าเจเนอเรชันอื่น ๆ ในอนาคตอีกด้วย โดยปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ทั่วโลกมีกว่า 2 พันล้านคน คิดเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดราว 30% ของประชากรโลก ถึงแม้ว่าจะเทียบกันที่ช่วงเวลาเกิด กลุ่ม Gen Y ก็ยังมีขนาดประชากรใหญ่กว่าเจเนอเรชันก่อนหน้า คือ Generation X หรือ Gen X ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1966-1980 และ Baby boomers ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946-1965 และเนื่องจากอัตราการเกิดของประชากรทั่วโลกเริ่มจะชะลอตัวลงทำให้ Gen Y มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้บริโภคกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดต่อไป ทั้งนี้ Gen Y ไทยก็มีแนวโน้มที่คล้ายคลึงกับทั่วโลกคือ คิดเป็นราว 28% ของประชากรในประเทศ และด้วยอัตราการเกิดที่อยู่ในระดับต่ำมาเป็นเวลานาน จึงเป็นที่แน่นอนแล้วว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่ที่สุดในไทยเมื่อเทียบกับเจเนอเรชันอื่น ๆ คนกลุ่มนี้มักมีรายได้สูงทั้งที่ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว และมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อนตลาดผู้บริโภคหนุ่มสาวเหล่านี้จึงเป็น โอกาสที่สำคัญของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเมื่อกำหนดถึงขนาดและศักยภาพในการใช้จ่าย

ด้วยศักยภาพของตลาดดังกล่าวข้างต้นเพื่อให้ธุรกิจก้าวมาเกมการแข่งขันที่ทวีความดุเดือด จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อ ของ Gen Y ก่อนนำมาประยุกต์ให้เข้ากับ โมเดลธุรกิจที่มีอยู่ จากผลสำรวจตลาดผู้บริโภคในไทย อีไอซีพบรูปแบบการดำเนินชีวิตเจเนอเรชันวาย ที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อ ที่ภาคธุรกิจควรให้ความสำคัญ

ได้แก่ มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ชอบมีสังคม การตัดสินใจบนข้อมูล เป็นคนช่างเลือก และมีความรู้ทางการเงิน



ภาพที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อของ Gen Y (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

1. มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญที่ส่งผลให้เกิดคุณลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ตามมา ด้วยความคล่องตัวดังกล่าว คน Gen Y จึงเข้าถึงข้อมูลและทางเลือกต่าง ๆ ได้มากกว่า อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสื่อสารไร้สายช่วยให้ Gen Y เปิดตัวเองสู่โลกภายนอกได้มากกว่า Baby boomers และ Gen X ผู้บริโภคในกลุ่มนี้เติบโตมากับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นปัจจัยที่หาที่ขาดไม่ได้ใน

ชีวิตประจำวัน จากผลสำรวจยืนยันว่า กลุ่ม Gen Y ไทยมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีมากกว่ารุ่นอื่น ๆ จากระดับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ โดย 79% ของ Gen Y ติดตามและรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และ 69% อ่านข่าวจากเว็บไซต์ต่าง ๆ มีเพียง 26% เท่านั้นที่ยังคงอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้ ในแต่ละวัน Gen Y กว่าครึ่งหรือราว 55% ใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมงในการเข้าใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในขณะที่ Gen X และ Baby boomers มีเพียง 36% และ 25% ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในแต่ละกลุ่มอายุ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นอื่น ๆ ที่สนับสนุนว่า Gen Y มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี เช่น ความถี่ของการใช้งานอินเทอร์เน็ต วิธีซื้อสินค้าและชำระเงิน รวมถึงประเภทของอุปกรณ์ที่ใช้ ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ และหาช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคให้ดึงดูดและตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้

2. ชอบมีสังคม Gen Y ชอบแชร์ประสบการณ์ส่วนตัวหรือเรื่องราวที่ตัวเองสนใจผ่านทางออนไลน์ โดยความรู้และข้อมูลที่ Gen Y ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจของพวกเขา Gen Y โต้มากับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งช่องทางและพื้นที่ให้พวกเขาแสดงความเป็นตัวเองและความคิดเห็น รวมไปถึงการแชร์ประสบการณ์ความรู้ระหว่างกัน Gen Y จึงเป็นกลุ่มที่มีการเชื่อมต่อหรือเข้าถึงกันตลอดเวลา มีความมั่นใจในตัวเอง และพึ่งพาตนเองได้อย่างคล่องแคล่วโดยมีเทคโนโลยีและกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายเป็นผู้ช่วย และมักจะพบปะพูดคุยกับลูกค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อตอบข้อสงสัยและอธิบายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 ไทยมีจำนวนผู้ใช้ Facebook สูงถึง 28 ล้านคน หรือคิดเป็น 42% ของประชากรไทยทั้งหมด ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 9 ของโลก และที่ 3 ของเอเชีย โดยสาเหตุที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมนั้น มาจากการใช้งานสมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้น และการที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์หลักอย่าง Gen Y ชื่นชอบที่จะแชร์ประสบการณ์และให้ความสำคัญกับความรู้ที่เพื่อนในโลกออนไลน์นำมาแลกเปลี่ยนกัน ผลของปัจจัยเหล่านี้สามารถยืนยันได้จากอัตราของการโพสต์ใน Facebook ที่เปิดให้คนทั่วไปสามารถเห็นและอ่านได้ (Public post) ที่เพิ่มขึ้นจาก 37% ในปี ค.ศ. 2012 เป็น 45% ในปี ค.ศ. 2013

Gen Y ไม่ได้ชอบเพียงแค่สังคมออนไลน์เท่านั้น พวกเขายังมีสังคมออฟไลน์อีกด้วย เพราะคนเจนเนอร์ชันนี้ชอบเข้าสังคมกับทั้งเพื่อนร่วมงานและเพื่อนฝูงทั่วไป ความรู้และประสบการณ์ที่แชร์กันในหมู่เพื่อนมีอิทธิพลต่อชีวิตพวกเขาในหลายแง่มุม ตั้งแต่พฤติกรรม การซื้อสินค้า ไปจนถึงการเลือกงาน จากผลการสำรวจ เราพบสิ่งที่น่าสนใจและช่วยสนับสนุนว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ “ชอบมีสังคม” จากคำถามที่ว่า อะไรเป็นแรงจูงใจในการทำงานของพวกเขา เหตุผลอันดับ

แรกไม่ใช่ “งานน่าสนใจและท้าทาย” เพื่อการพัฒนาตัวเองเหมือนกับ Gen Y ตะวันตก แต่กลับเป็น “เพื่อนร่วมงานที่กระตือรือร้น” ซึ่งคิดเป็น 52% ของคำตอบทั้งหมด เหตุผลต่อมา คือ “งานน่าสนใจและท้าทาย” ก็สูงถึง 50% แต่ก็มาเป็นอันดับสอง แม้ว่าเปอร์เซ็นต์ของเหตุผลทั้งสองข้อจะแตกต่างกันไม่มากนัก แต่ก็ทำให้เห็นได้ว่า Gen Y ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีวงสังคมในที่ทำงานเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความสุขให้ชีวิตการทำงาน นอกจากนี้ ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่าการแบ่งปันความรู้ระหว่างหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานเป็นวิธีการเรียนรู้ที่ Gen Y ให้ความสำคัญ โดยมี Gen Y ที่ให้ความสำคัญเช่นนี้มีถึง 26% ในขณะที่ Baby boomers และ Gen X คิดเช่นนี้เพียง 15% และ 21% ตามลำดับ

3. การตัดสินใจบนข้อมูล จากคุณลักษณะเด่นด้านความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีทำให้ Gen Y เป็นกลุ่มคนที่ใช้ข้อมูลออนไลน์มาพิจารณาเปรียบเทียบหรือตรวจสอบเพื่อหาทางเลือกที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด Gen Y บริโภคข้อมูลจากช่องทางที่แตกต่างจากคนเจนเนอร์ชันก่อน จากผลการสำรวจพบว่า สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้ค้นหาหรือติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยมี Gen Y ถึง 79% ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลัก และอีก 69% ใช้เว็บไซต์ ผลการสำรวจยังแสดงให้เห็นว่า Gen Y จะใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์นานกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดย 55% ของ Gen Y ใช้เวลาอย่างน้อยวันละ 2 ชั่วโมงอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่ Gen X และ Baby boomers คิดเป็น 36% และ 25% ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว ธุรกิจที่จัดสรรงบประมาณจำนวนมากในการทำการตลาดกับสื่อรูปแบบเก่าๆ จึงควรหันมาให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค Gen Y ที่มีแนวโน้มจะใช้เวลาน้อยลงกับสื่อในรูปแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

อีกตัวอย่างหนึ่ง que แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า Gen Y เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจบนข้อมูล คือ ความชำนาญในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีมากกว่าเจนเนอร์ชันก่อน ๆ จากผลการสำรวจ พบว่าเหตุผลที่ Gen Y เลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์นั้นแตกต่างจากเหตุผลของคนเจนเนอร์ชันอื่น ๆ เพราะนอกจากเรื่อง "ความสะดวกสบายและมีบริการส่งถึงบ้าน" ที่ถูกซื้อออนไลน์ทั้งหมดชื่นชอบแล้ว ลูกค้ Gen Y ยังมองว่าช่องทางนี้ "มีร้านค้าออนไลน์ให้เลือกซื้อมากขึ้น" ในขณะที่ลูกค้ Gen X และ Baby boomers ชอบซื้อสินค้าออนไลน์เพราะ "ราคาถูกกว่าหน้าร้านค้าจริง" Gen Y มีส่วนร่วมในโลกสื่อสังคมออนไลน์สูงจึงใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการช่วยตรวจสอบและพิจารณาเปรียบเทียบตัวเลือก โดยจะศึกษาจากการอ่านรีวิวสินค้าทางออนไลน์ ทั้งนี้ เหตุผลของการอ่านรีวิวสินค้าของคนต่างรุ่นก็แตกต่างกัน Gen Y จะอ่านรีวิวเพื่อดูความคิดเห็นเกี่ยวกับ "คุณภาพของสินค้า" ในขณะที่ Baby boomers และ Gen X ต้องการเพียงให้แน่ใจว่า "สินค้านั้นใช้งานได้ตรงกับความต้องการ" เป็นส่วนใหญ่ โดย Gen X อ่านรีวิวออนไลน์ไม่มากเท่าอีกสองเจนเนอร์

เรชั่น และมักจะตัดสินใจตามคนที่มีอิทธิพลต่อพวกเขา เช่น คู่สมรส หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ในขณะที่ Baby boomers จะตัดสินใจตามผู้เชี่ยวชาญมากกว่า Gen X

4. เป็นคนช่างเลือก ด้วยความที่ Gen Y มีมาตรฐานสูง คนกลุ่มนี้จึงเป็นคนช่างเลือกคน Gen Y อาจดูเหมือนเป็นคนช่างเลือกและชอบเรียกร้อง เห็นได้จากวิธีการซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า ลูกค้านี้มีแนวโน้มที่จะเลือกสรรแต่สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามที่ต้องการเท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนมากในสังคมออนไลน์และออฟไลน์ทำให้พวกเขาารู้ว่ามีทางเลือกอีกมาก จึงมักจะพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลจนกว่าจะเจอตัวเลือกที่ดีที่สุด กลุ่มลูกค้า Gen Y จึงเป็นกลุ่มที่มีมาตรฐานสูงกว่าลูกค้าเจนเนอร์ชันอื่นๆ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันที่มีดีไซน์สวยงามจะดึงดูดความสนใจของลูกค้า Gen Y ได้ในทันที และมีโอกาสที่จะเป็นที่นิยมสูง นอกเหนือจากคุณภาพของสินค้าและบริการแล้ว ปัจจัยที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังรวมถึงฟังก์ชันใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการที่ไม่ซ้ำแบบใคร การสร้างแบรนด์ที่แสดงให้เห็นสไตล์ และตัวตนของผู้ใช้ และขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงกลยุทธ์อื่น ๆ ในการดึงดูดความสนใจของ Gen Y เช่น การทำการตลาดแบบจริงจัง ตรงไปตรงมา และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจจะต้องเน้นเรื่องมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมไปถึงการจัดสรรรูปแบบและช่องทางการสื่อสารกับ Gen Y โดยเลือกใช้ข้อความทางการตลาดที่ “จับใจ” และ “จริงใจ”

5. มีความรู้ทางการเงิน Gen Y มีความรู้ทางการเงินตั้งแต่อายุน้อย โดยรู้วิธีที่จะบริหารจัดการเงินในให้งอกเงย ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านการเงินของ Gen Y เพราะทัศนคติที่ว่าความรู้ด้านการเงินที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่งคั่งได้อย่างรวดเร็วทำให้คนเจนเนอร์ชันนี้แตกต่างกับคนเจนเนอร์ชันก่อนหน้า เหตุผลที่ทำให้คน Gen Y จำเป็นต้องมีความรู้ทางการเงิน เพราะคนกลุ่มนี้ถือว่าใช้เงินเก่งกว่าคนเจนเนอร์ชันก่อน กล่าวคือ 19% ของ Gen Y ใช้เงินมากกว่า 75% ของรายได้ ในขณะที่มี Gen X เพียง 15% และ Baby Boomers เพียง 12% ที่ใช้เงินในสัดส่วนเดียวกัน ทั้งนี้ ความรู้ทางการเงินดังกล่าวไม่ใช่แค่เพียงรู้วิธีการจัดการเงิน แต่ต้องรู้ด้วยว่าจะลงทุนในตลาดการเงินอย่างไรให้งอกเงยอย่างรวดเร็ว เช่น ซื้อหุ้น ทอง หรือตราสารอนุพันธ์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาด้านอายุของผู้บริโภคกลุ่มนี้ พบว่า มีอัตราส่วนของ Gen Y ที่ลงทุนในตลาดการเงินค่อนข้างสูง โดยผลการสำรวจพบว่านักลงทุนในแต่ละเจนเนอร์ชันนิยมลงทุนด้วยการซื้อขายทอง ตราสารหนี้ และหุ้น ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งบ่งบอกได้ว่า Gen Y มีความคล่องตัวทางการเงินมากพอ ๆ กับกลุ่ม Gen X และ Baby boomers นอกจากนี้ อัตราส่วนของ Gen Y ที่ตอบว่าลงทุนเพื่อ “เก็งกำไรจากส่วนต่าง” ก็ยังสูงกว่าเจนเนอร์ชันอื่นอยู่เล็กน้อย ด้วยความรู้ทางการเงินดังกล่าว ธุรกิจบริการด้านการเงินควรปรับแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามอุปนิสัยที่มั่นใจในการใช้

เงินและลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้ พร้อมกันนี้สถาบันการเงินและบริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญด้านการบริการและการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เป็นพิเศษเพราะกลุ่ม Gen Y มีมาตรฐานสูง ช่างเลือก และชอบเปรียบเทียบข้อมูลก่อนการตัดสินใจด้วย

โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย ที่มีคุณลักษณะเด่นทั้ง 5 ข้อดังกล่าว มีแนวโน้มที่จะติดตัวผู้บริโภคในกลุ่มนี้ไปตลอดทุกช่วงอายุ ธุรกิจจึงควรนำมาปรับใช้เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมหากต้องการประสบความสำเร็จกับกลุ่มเป้าหมายนี้ในระยะยาว ธุรกิจบางประเภทอาจมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองกลุ่ม Gen Y ไทยได้ทันที เช่น สินค้า IT ขณะที่ธุรกิจบางประเภท เช่น บริการทางการเงินและภาคการบริการ อาจต้องเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าเพื่อเผชิญกับโอกาสและความท้าทายเมื่ออุปสงค์ต่อสินค้าและบริการของกลุ่ม Gen Y จะสูงขึ้นในอีกไม่กี่สัปดาห์ข้างหน้า แต่ไม่ว่าจะเป็นกรณีใด ธุรกิจจะต้อง“พลิกโฉม” โมเดลธุรกิจของตนเพื่อให้อยู่ในเกมการแข่งขันในตลาดผู้บริโภคกลุ่มใหม่นี้ได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ

การก่อตัวของธุรกิจใหม่ จะมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพไม่ว่าจะในชุมชนที่กำลังมองหาในการพัฒนาหรือในองค์กรขนาดใหญ่ที่กำลังมองหาที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสภาพแวดล้อมไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการที่อุดมไปด้วยทรัพย์ แต่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการเน้นกิจกรรม มีกระบวนการที่เตรียมความพร้อมและจัดอุปสรรคที่เกิดขึ้น เป็นกระบวนการที่มีข้อเสนอกับความคาดหวังของกำไร และในเวลาเดียวกันคำนึงถึงอุปสรรคในการทำงาน ให้ความสำคัญกับบุคคลและสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานหลังการเข้ามาของบริษัท เช่น การอยู่รอดและการเจริญเติบโต จากการศึกษาสรุปว่า น่าจะเป็นของการเริ่มต้นใหม่ของบริษัทที่มีศักยภาพของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับความพร้อมของข้อมูลที่อุดมไปด้วยและระดับของความมุ่งมั่นความรู้ความเข้าใจทำให้พวกเขาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีประสิทธิภาพที่จะนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ การเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญที่จะได้รับการยอมรับ โอกาส เครือข่ายสังคมเป็นแหล่งที่มาที่สำคัญมากของข้อมูลในการค้นพบโอกาส นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีแหล่งของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่จะมองหาโอกาสทางธุรกิจ การรับรู้โอกาสสามารถเกิดขึ้นที่จุดเริ่มต้นของกระบวนการผู้ประกอบการเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในขั้นตอนในวงจรชีวิตของธุรกิจ (Dahalana, Jaafarb, & Rosdi, 2013)

ศักยภาพที่มีความสำคัญและเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ได้แก่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

1. ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้วการมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เป็นหัวใจสำคัญ ประการแรกที่คุณต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน สำเร็จ ย่อมอยู่ที่นั่น ผู้ประกอบธุรกิจควรพึงจดจำไว้เสมอว่า ไม่มีความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใด ๆ ที่จะได้มาจากความเพียรพยายามเพียงน้อยนิด
 2. ภูมิปัญญา (Knowledge/ wisdom) ไม่ว่าจะ เป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหาร ที่ต้องมีอย่างครบครัน
 3. การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล
 4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิธีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลก ๆ ใหม่ ๆ (New paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ติดยึดติดติดกับรูปแบบเดิม ๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านของการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
 5. มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human relations & Communications ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็ก ให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทาง กลยุทธ์ และวิธีปฏิบัติ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องกัน โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่จะเป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้จัดการในเวลาเดียวกันนั้น ก็คงหนีไม่พ้นที่จะต้องมี เซาว์อารมณ์ หรือความฉลาดรู้ทางอารมณ์ (Emotional quotient-EQ)
 6. ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem solving & Decision making skill) ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญกับปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหา รายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี
 7. การบริหารเวลา (Time management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บน โลกนี้ ก็คือ เวลาของแต่ละวันของทุก ๆ วัน คนมี 24 ชั่วโมงเท่า ๆ กัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้มันให้หมด ๆ ไปในลักษณะใด เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทาอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์ แก่ลูกค้า แก่ครอบครัว และแก่สุขภาพส่วนตัว
- ในการใช้ตัวชี้วัดเชิงปริมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าองค์การสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การ

แบบสมดุลในการวัดความสำเร็จของธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ห้วงการประกอบด้วย 4 ด้าน คือ (สมคิด บางโม, 2552)

1. ด้านการเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งพิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของผลกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดต้นทุน และอื่น ๆ
2. ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษาสถานลูกค้า การเพิ่มลูกค้าใหม่ และอื่น ๆ
3. ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การที่องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการโดยพิจารณาด้านผลิตภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพ วงจรเวลา การปฏิบัติงาน และอื่น ๆ
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร หมายถึง การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยพิจารณาในด้านความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะของพนักงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน และอื่น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

ภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีที่สุดของภูมิภาคอาเซียน สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชากรจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภูมิภาคเอเชียและประเทศแถบแปซิฟิก คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่า GDP ของโลก นอกจากนี้ 3 จังหวัดภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง) ยังเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ได้แก่

อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) รถไฟทางคู่ และสนามบินอู่ตะเภา มีเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้ง ยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม จึงสามารถพัฒนาต่อยอดสู่การเป็น “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC)” เพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย ที่จะสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชนคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ได้มีมติเห็นชอบหลักการ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และมอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ร่วมกับกระทรวงคมนาคม กองทัพเรือ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดทำแผนการดำเนินโครงการและงบประมาณค่าใช้จ่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560-2561

ให้แล้วเสร็จ เพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป และต่อมารองนายกรัฐมนตรีมีบัญชาให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประสานและบูรณาการข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564) ในกรณีนี้ สศช. ได้ดำเนินการแล้วเสร็จ สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)

1.1 วัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพิ่มการจ้างงาน ยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชน

1.2 เป้าหมายการพัฒนา

1.2.1 พื้นที่เป้าหมาย จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา รวมถึงพื้นที่อื่นใดที่จะการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดเพิ่มเติม

1.2.2 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซุปเปอร์คลัสเตอร์ และ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย: กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New engine of growth) เช่น คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วน คลัสเตอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คลัสเตอร์ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ เป็นต้น

1.3 สถานะปัจจุบันของพื้นที่

ด้านเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรมและบริการมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ EEC โดยในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมร้อยละ 65 (มูลค่า 1.2 ล้านล้านบาท คิดเป็นเกือบ 1 ใน 3 ของประเทศ) สาขาบริการร้อยละ 32 และสาขาเกษตรกรรม ร้อยละ 3 การลงทุนสะสมภาคอุตสาหกรรมมูลค่า 1.6 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.89 ของประเทศ รายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 624,185 บาทต่อปี สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ นอกจากนี้ เมืองพัทยายังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการท่องเที่ยวครบครัน มีโรงแรมและร้านอาหารที่ได้มาตรฐานจำนวนมาก มีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 10 ล้านคนต่อปี (ปี พ.ศ. 2554-2558)

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานในระดับสูงสุดของประเทศ ทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง (ถนน รถไฟ ท่าเรือ และสนามบิน) สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และนิคมอุตสาหกรรม โดยมีพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมพร้อมรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมอีกประมาณ 30,000 ไร่

ด้านสิ่งแวดล้อม ยังมีปัญหาการลักลอบทิ้งขยะตามที่สาธารณะ น้ำเสีย และมลพิษทางอากาศ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามกฎหมาย

1.4 แนวทางการพัฒนา เพื่อยกระดับการพัฒนาพื้นที่ต่อยอดสู่การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ ชั้นนำของเอเชีย ประกอบด้วย 5 แนวทาง ดังนี้

1.4.1 พัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ พร้อมกับเร่งรัดการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีระดับสูงร่วมกับการวิจัยและพัฒนา

1.4.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพรองรับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายและเชื่อมโยงสู่ตลาดโลก โดยขยายขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทุกรูปแบบให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล

1.4.3 พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ โครงสร้างพื้นฐานและบริการทางสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน สร้างสมดุลของการพัฒนา และกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน

1.4.4 พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองสำคัญของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีสมดุล เมืองสำคัญในพื้นที่ EEC อาทิ ฉะเชิงเทรา: พัฒนาเป็นเมืองที่อยู่อาศัยชั้นดีที่ทันสมัยรองรับการขยายตัว กรุงเทพฯ ฯ และ EEC พัทยา: พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สุขภาพและนันทนาการ ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน และศูนย์การให้บริการด้านการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical tourism) อุตะเภาะ: พัฒนาเป็นศูนย์ธุรกิจการบินและโลจิสติกส์อาเซียน ระยอง: พัฒนาเป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์ เมืองนานาชาติที่มีธุรกิจทันสมัย

1.4.5 ให้อำนาจประโยชน์และการอำนวยความสะดวกเพื่อดึงดูดอุตสาหกรรมเป้าหมาย ทั้งในด้านภาษี การจัดตั้งกองทุนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป้าหมาย การอำนวยความสะดวกในการอนุมัติ อนุญาต และการจัดตั้งเขตการค้าเสรี เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัจฉิมา บำเพ็ญบุญ และพุดิธร จิราษุส (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานกลุ่ม Gen Y โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานเอกชนและรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล



3130918634

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงาน 2-5 ปี โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ปัจจัยวัฒนธรรมและบรรยากาศในการทำงาน และปัจจัยโอกาสความก้าวหน้า ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ค่าตอบแทน สวัสดิการและผลประโยชน์ ความสมดุลชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว โอกาสเลื่อนตำแหน่ง และความสำเร็จในอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า One-way ANOVA และค่า t-test พบว่า เพศที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y แต่สถานภาพการศึกษา รายได้ และประสบการณ์ทำงานที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ .01 พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y มากที่สุด คือปัจจัยโอกาสความก้าวหน้า ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y น้อยที่สุด คือ ปัจจัยความสมดุลในชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัวซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

โกสิย์ คีมานะ (2557) ได้ศึกษาการวิเคราะห์พหุปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานภาคเอกชนของกลุ่ม เจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของกลุ่มคนทำงานเจเนอเรชั่นวาย ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานกับแรงจูงใจ และวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คนทำงานในช่วงเจเนอเรชั่นวายที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 23-30 ปีจำนวน 400 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน เช่น ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่ง ชั้นภูมิ แล้วใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จึงได้สุ่มตัวอย่างได้ 6 เขต ในกรุงเทพมหานคร แล้วนำไป สุ่มตัวอย่างแบบโควตาเพื่อหาจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขตเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรในแต่ละเขต ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มคนทำงานภาคเอกชนในช่วงเจเนอเรชั่นวายมีระดับแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูงมาก 1 ด้าน และสูง 12 ด้าน โดยมีแรงจูงใจในการทำงานในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน เป็นอันดับแรก ด้านความมีชื่อเสียงในองค์กร เป็นอันดับรองลงมา ส่วนต่อมา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกันอย่าง มีนัยสถิติ ในภาพรวม ของแรงจูงใจในการทำงาน ด้านโอกาสในการพัฒนาตนเอง ด้านค่าตอบแทน และด้านลักษณะงานที่ได้ปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่าง

คุณลักษณะงาน 5 ประการ กับแรงจูงใจในการทำงานในแต่ละด้านผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในแต่ละด้านเหมือนกันหมดทั้งแรงจูงใจด้าน โอกาสในการพัฒนาตนเอง ด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคง ขององค์กร หรือด้านลักษณะงานที่ได้ปฏิบัติ เป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้ ตั้งไว้ และในส่วนอิทธิพลรวมของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน พบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะงานด้านผลสะท้อนจากงาน มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติมีอิทธิพลสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และรองลงมาคือ องค์ประกอบของคุณลักษณะด้านความมีอิสระในการทำงาน มีอิทธิพลต่อ แรงจูงใจในการทำ งานด้านค่าตอบแทน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ดริกา ธนะสูตร และนิตนา ฐานิธรนกร (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านเค้กไข่มันต่ำระดับ พรีเมียม ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการร้านเค้กไข่มันต่ำ ระดับพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาด ด้านกระบวนการคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด สถานที่จัดจำหน่าย และบุคลากร และปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนกลยุทธ์ด้านการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการร้านเค้กไข่มันต่ำ ระดับ พรีเมียม ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิอร ทิพย์ดวงดี (2556) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ในขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมี มนุษยสัมพันธ์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและ ประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านความประหยัด ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และด้านการมีความเชื่อด้านโซเชียล ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีผลต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

รุ่งเพชร แสงหิรัญ และนิตนา ฐานิตชนกร (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้า สำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร จำนวน 334 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ ปวช. ประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสตรี และมีประสบการณ์ในการ ประกอบธุรกิจมากกว่า 15 ปี และพบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน การทดสอบ สมมติฐานยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้าน ลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาด โบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร

การะเกด นันทศรีรินทร์ (2554) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีคุณลักษณะ ในแต่ละด้านเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการแสวงหาโอกาส มุ่งมั่นอดทน ซื่อสัตย์สุจริต มีความรู้พื้นฐาน และประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ เชื่อมั่นในตนเอง แรงจูงใจและใฝ่หาความสำเร็จ มนุษยสัมพันธ์ กล้าเสี่ยงความคิดสร้างสรรค์ การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น วิสัยทัศน์และ เป้าหมาย และความเป็นผู้นำ

ปราณี ดันประยูร (2555) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า

คุณลักษณะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การยึดถือในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ตามลำดับ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวมในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ได้ องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 14 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2) นวัตกรรมและความสามารถด้านการตลาด 3) มนุษยสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร 4) การมีเครือข่าย 5) คุณภาพของสินค้าหรือบริการ 6) โอกาสทางธุรกิจและการเพิ่มผลผลิต 7) การมองโลกในแง่ดี 8) การบริหารจัดการ 9) ภาวะผู้นำ 10) ทักษะและความเชี่ยวชาญ 11) ความรับผิดชอบ 12) ระบบงาน 13) สุขภาพ และ 14) จริยธรรมทางธุรกิจ ส่วนผลการวิเคราะห์ เพื่อหาสมการพยากรณ์โดยวิธีสเต็ปไวส์ รีเกรสชัน พบว่าองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยรวมได้ร้อยละ 55.7



3130918634

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิจัยเชิงพรรณนาด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
3. ลักษณะของแบบสอบถาม
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC โดยจำกัดช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี หรือเกิดใน ปี พ.ศ. 2523-2538

กลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran (อ้างถึงใน มารยาท โยทองยศ และปราณี สวัสดิศรทรัพย์, 2544) เพื่อคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite population) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม โดยกำหนดไว้ที่ 50%

(เท่ากับ 0.5)



3130918634

BTU -Thesis 59710048 independent study / rev: 03012562 12:49:10 / seq: 30

Z แทน ความเชื่อมั่น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95% หรือ ผิดพลาดได้ 5%)
 e แทน สัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ($e = 0.05$)
 จากสูตรข้างต้นแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

จากการคำนวณที่ได้แสดงไว้ในข้างต้น กลุ่มตัวอย่างจึงมีจำนวนเท่ากับ 384 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องจากการตอบแบบสอบถามที่อาจจะเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสำรองตัวอย่างเพิ่มอีก 16 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้จึงมีจำนวนเท่ากับ 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งตามจำนวนประชากรในพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) จังหวัดชลบุรี 2) จังหวัดระยอง 3) จังหวัดระยอง ทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม จะทำการตรวจสอบทุกครั้งและเมื่อพบว่าแบบสอบถามชุดใดไม่สมบูรณ์ จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเพิ่มจนครบถ้วน ในกรณีที่เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้วพบข้อบกพร่อง ผู้วิจัยจะคัดแยกแบบสอบถามชุดนั้นออก แล้วจึงทำการเก็บแบบสอบถามชุดใหม่มาเพิ่มเติม ดังนี้

ตารางที่ 1 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง

เขต EEC	จำนวน	จำนวน
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
จังหวัดชลบุรี	1,509,125	206
จังหวัดฉะเชิงเทรา	709,889	96
จังหวัดระยอง	711,236	98
รวมทั้งสิ้น	2,930,250	400

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ขั้นที่ 2 ศึกษาการหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ โครงสร้างของแบบสอบถาม ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลอง (Try-out) ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach

ขั้นที่ 5 นำข้อบกพร่องจากการทดลองมาปรับปรุงครั้งสุดท้าย เพื่อนำไปพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด โดยแบ่งโครงคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ และรายได้ โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

นำคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	ระดับมากมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ เช่น วารสาร รายงานการวิจัย แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้การคำนวณค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนมีดังนี้

- 1.1 ร้อยละ
- 1.2 ค่าเฉลี่ย
- 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

ใช้สถิติวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ” โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแล้วมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
SD	หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
n	หมายถึง จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
t	หมายถึง การทดสอบค่าที (t-test)
F	หมายถึง การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
SS	หมายถึง ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	หมายถึง ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง (Mean Square)
Std.	หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
df	หมายถึง ค่าระดับชั้นแห่งความอิสระ
R	หมายถึง ค่าที่แสดงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปร



3130918634

BTU -Thesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

อิสระทั้งหมดกับตัวแปรตาม ซึ่งเรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์
ความสัมพันธ์พหุคูณ

VIF หมายถึง ค่าการตรวจสอบตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง
(หาก $VIF > 10$ แสดงว่าเกิด Multicollinearity)

b, B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์
ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานดังกล่าว

R Square หมายถึง ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัว
แปรตาม

Adjusted R Square หมายถึง ค่า R Square ที่ปรับแก้แล้วหรือค่าอำนาจในการ
พยากรณ์ที่ปรับแก้

Tolerance หมายถึง ค่าการตรวจสอบตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน
(หากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity)

Unstandardized coefficients หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
ที่อยู่ในสมการ(รูปคะแนนดิบ)

Standardized coefficients หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการ
พยากรณ์ตัวแปรตามด้วยตัวแปรอิสระ

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดย
การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	170	42.5
หญิง	230	57.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 25 ปี	108	27.0
26 - 30 ปี	228	57.0
31 - 35 ปี	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมามีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	90	22.5
ปริญญาตรี	246	61.5
สูงกว่าปริญญาตรี	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คนนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมามีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจพาณิชย์กรรม	100	25.0
ธุรกิจบริการ	252	63.0
ธุรกิจการผลิต	48	12.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คนนี้ ส่วนใหญ่มีธุรกิจประเภทธุรกิจบริการ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมามีธุรกิจประเภทธุรกิจพาณิชย์กรรม จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีธุรกิจประเภทธุรกิจการผลิต จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,000- 20,000 บาท	60	15.0
20,001- 30,000 บาท	242	60.5
30,001 บาทขึ้นไป	98	24.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมามีรายได้ที่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีรายได้ที่ 10,000-20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 7 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y โดยรวมและรายด้าน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี	3.72	0.911	มาก	4
2. ด้านชอบพบปะลูกค้า	3.73	0.850	มาก	3
3. ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล	3.76	0.844	มาก	2
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	3.73	0.907	มาก	3
5. ด้านมีความรู้ทางการเงิน	3.83	0.860	มาก	1
เฉลี่ย	3.75	0.787	มาก	

จากตารางที่ 7 แสดงว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านมีความรู้ทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ($\bar{X} = 3.76$) ด้านชอบพบปะลูกค้า และด้านเป็นคนช่างเลือก ($\bar{X} = 3.73$) และด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านใช้ Smart phone ในการค้นหาข้อมูลธุรกิจที่ท่านสนใจ	3.69	0.980	มาก	2
2. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ในการโฆษณาธุรกิจของท่านให้เป็นที่รู้จัก	3.81	0.971	มาก	1
3. ท่านทำการส่งเสริมการขายผ่านหน้าเพจเฟสบุ๊กของท่าน	3.67	1.001	มาก	3

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
เฉลี่ย	3.72	0.911	มาก	

จากตารางที่ 8 แสดงว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ในการโฆษณาธุรกิจของท่านให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมา คือ ใช้ smart phone ในการค้นหาข้อมูลธุรกิจที่ท่านสนใจ ($\bar{X} = 3.69$) และทำการส่งเสริมการขายผ่านหน้าเพจเฟสบุ๊กของท่าน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.67$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

ด้านชอบพบปะลูกค้า	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านมักจะสนทนา หรือให้ลูกค้าได้ติชมสินค้า หรือบริการ ของท่าน ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์	3.61	0.929	มาก	3
2. ท่านมักจะให้ลูกค้าร่วมเล่นเกมส์/กิจกรรมพิเศษ ผ่านบนหน้า Fanpage	3.83	0.951	มาก	1
3. ท่านมักใช้ Social media เป็นช่องทางพบปะพูดคุยกับลูกค้า	3.76	0.970	มาก	2
เฉลี่ย	3.73	0.850	มาก	

จากตารางที่ 9 แสดงว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มักจะให้ลูกค้าร่วมเล่นเกมส์/ กิจกรรมพิเศษ ผ่านบนหน้า Fanpage มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$)

รองลงมา คือ มักใช้ Social media เป็นช่องทางพบปะพูดคุยกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.76$) และมักจะสนทนาหรือให้ลูกค้าได้ติชมสินค้า หรือบริการ ของท่าน ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านมักจะทำการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งอยู่เสมอ	3.70	0.914	มาก	3
2. ท่านใช้ข้อมูลจากการอ่านรีวิวก่อนทางอินเทอร์เน็ตประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจ	3.84	0.953	มาก	1
3. ท่านพูดคุยและปรึกษากับผู้ที่เชี่ยวชาญทางการตลาดเพื่อหาข้อมูลและความต้องการในตลาดอย่างสม่ำเสมอ	3.75	0.943	มาก	2
เฉลี่ย	3.76	0.844	มาก	

จากตารางที่ 10 แสดงว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ใช้ข้อมูลจากการอ่านรีวิวก่อนทางอินเทอร์เน็ตประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา คือ พูดคุยและปรึกษากับผู้ที่เชี่ยวชาญทางการตลาดเพื่อหาข้อมูลและความต้องการในตลาดอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.75$) และมักจะทำการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

ด้านเป็นคนช่างเลือก	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านเลือกทำธุรกิจที่แตกต่าง และมีรูปแบบไม่ซ้ำใคร	3.71	0.988	มาก	2
2. ท่านใช้เวลาเป็นอย่างมากในการเปรียบเทียบ ผลกำไร และความคุ้มค่า ก่อนการตัดสินใจทำธุรกิจ	3.81	0.961	มาก	1
3. ท่านมักจะเลือกทำธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด	3.68	1.002	มาก	3
เฉลี่ย	3.73	0.907	มาก	

จากตารางที่ 11 แสดงว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ใช้เวลาเป็นอย่างมากในการเปรียบเทียบ ผลกำไร และความคุ้มค่า ก่อนการตัดสินใจทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมา คือ เลือกทำธุรกิจที่แตกต่าง และมีรูปแบบไม่ซ้ำใคร ($\bar{X} = 3.71$) และมักจะเลือกทำธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

ด้านมีความรู้ทางการเงิน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านสามารถตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในแต่ละเรื่องไว้ และพยายามใช้จ่ายให้ไม่เกินงบประมาณนั้น	3.82	0.942	มาก	2

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ด้านมีความรู้ทางการเงิน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
2. ท่านมีความรู้ในการยื่นขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เพื่อเปรียบเทียบเงื่อนไข และอัตราดอกเบี้ย	3.88	0.950	มาก	1
3. ท่านมีการวางแผนทางการเงิน และกำลังทำตามแผนเพื่อให้มีความพร้อมทางการเงินในการทำธุรกิจ	3.78	0.970	มาก	3
เฉลี่ย	3.83	0.860	มาก	

จากตารางที่ 12 แสดงว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีความรู้ในการยื่นขอสินเชื่อจาก สถาบันการเงิน เพื่อเปรียบเทียบเงื่อนไข และอัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมา คือ สามารถตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในแต่ละเรื่องไว้ และพยายามใช้จ่ายให้ไม่เกินงบประมาณนั้น ($\bar{X} = 3.82$) และมีการวางแผนทางการเงิน และกำลังทำตามแผนเพื่อให้มีความพร้อมทางการเงินในการทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 13 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านการเงิน	3.69	0.843	มาก	4



3130918634

BUU-IThesis 59710048 independent study / rev: 03012562 12:49:10 / seq: 30

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
2. ด้านลูกค้า	3.81	0.861	มาก	3
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.83	0.874	มาก	1
4. ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร	3.82	0.833	มาก	2
เฉลี่ย	3.78	0.795	มาก	

จากตารางที่ 13 แสดงว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร ($\bar{X} = 3.82$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.81$) และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านการเงิน

ด้านการเงิน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ	3.66	0.938	มาก	2
2. ยอดขายของท่านเฉลี่ยต่อเดือนสามารถบรรลุเป้าตามที่กำหนด	3.84	0.972	มาก	1
3. กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าได้ผลกำไรค่อนข้างสูง	3.56	0.955	มาก	3
เฉลี่ย	3.69	0.843	มาก	

จากตารางที่ 14 แสดงว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ยอดขายของท่านเฉลี่ยต่อเดือนสามารถบรรลุเป้าตามที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือ มีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ ($\bar{X} = 3.66$) กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าได้ผลกำไรค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านลูกค้า

ด้านลูกค้า	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมได้ รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่	3.84	1.010	มาก	2
2. การหากลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือว่าได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดีเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.86	0.964	มาก	1
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของท่านสามารถกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้	3.73	0.998	มาก	3
เฉลี่ย	3.81	0.861	มาก	

จากตารางที่ 15 แสดงว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การหากลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือว่าได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดีเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมา คือ การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมได้ รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ($\bar{X} = 3.84$) และกำไรช่องทางการจัดจำหน่ายของท่านสามารถกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการ

ของกลุ่มเป้าหมายได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน

ด้านกระบวนการภายใน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน	3.83	0.948	มาก	1
2. ท่านมีการจัดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ รวมถึงการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการบรรลุเป้าหมาย	3.83	0.989	มาก	1
3. ท่านมีการวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินงาน	3.82	0.990	มาก	2
เฉลี่ย	3.83	0.874	มาก	

จากตารางที่ 16 แสดงว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน และมีการจัดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ รวมถึงการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการบรรลุเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ มีการวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร

ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตของ องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านสามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	3.80	0.927	มาก	3
2. ท่านมีอัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	3.84	0.946	มาก	1
3. ท่านมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนากิจการของท่าน	3.82	0.936	มาก	2
เฉลี่ย	3.82	0.833	มาก	

จากตารางที่ 17 แสดงว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีอัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา คือ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนากิจการของท่าน ($\bar{X} = 3.82$) และสามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

1.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร)

1.5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

สมมติฐานที่ 1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

H_0 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

ตารางที่ 18 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	Collinearity statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.604	.128		4.730	.000		
1. ด้านมีความคล่องตัว	.371	.055	.401	6.759	.000**	.266	3.765
ด้านเทคโนโลยี							
2. ด้านขอบพบปะลูกค้า	.069	.055	.069	1.247	.213	.304	3.291
3. ด้านการตัดสินใจบน	.191	.055	.192	3.467	.001**	.306	3.273
ข้อมูล							
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	.175	.050	.189	3.482	.001**	.318	3.147
5. ด้านมีความรู้ทางการเงิน	.019	.059	.019	.318	.751	.256	3.913

ตารางที่ 18 (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized		T	Sig.	Collinearity	
	coefficients		coefficients				statistics	
	B	SE	Beta				Tolerance	VIF
Adjusted R square	0.628		(0.000)*					

* P-value ≤ 0.05

จากตารางที่ 18 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC” และตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)” ซึ่งเท่ากับ 0.795 ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ กับ ความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.632 หรือร้อยละ 63.2

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้นคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มาอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

สมการ Multiple linear regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.604 + 0.371X_1^{**} + 0.069X_2 + 0.191X_3^{**} + 0.175X_4^{**} + 0.019X_5$$

$$\text{Standardized } Y = 0.401X_1^{**} + 0.069X_2 + 0.192X_3^{**} + 0.189X_4^{**} + 0.019X_5$$

เมื่อ \hat{Y} = ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

X_1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

X_2 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

X_3 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

X_4 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

X_5 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

จากผลการความถดถอยสามารถอธิบายได้ว่า มีตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)” จำนวน 3 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีด้านการตัดสินใจบนข้อมูล และด้านเป็นคนช่างเลือก”

สมมติฐานที่ 1.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

H_0 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

ตารางที่ 19 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	Collinearity statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.590	.132		4.459	.000		
1. ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี	.149	.057	.158	2.622	.009*	.266	3.765
2. ด้านชอบพบปะลูกค้า	.151	.057	.149	2.658	.008*	.304	3.291
3. ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล	.106	.057	.104	1.861	.063	.306	3.273
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	.238	.052	.251	4.572	.000**	.318	3.147

ตารางที่ 19 (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	coefficients		coefficients			statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
5. ด้านมีความรู้ทางการเงิน	.212	.061	.212	3.454	.001**	.256	3.913
R	0.789 ^a						
R square	0.622						
Adjusted R square	0.617	(0.000)*					

* P-value \leq 0.05

จากตารางที่ 19 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC” และตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)” ซึ่งเท่ากับ 0.789 ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ กับ ความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.622 หรือร้อยละ 62.2

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้นคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มาอย่างน้อย 1 ตัวที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า) สมการ Multiple linear regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.590 + 0.149X_1^* + 0.151X_2^* + 0.106X_3 + 0.238X_4^{**} + 0.212X_5$$

$$\text{Standardized } Y = 0.158X_1^* + 0.149X_2^* + 0.104X_3 + 0.251X_4^{**} + 0.212X_5^{**}$$

เมื่อ \hat{Y} = ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

X_1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

X_2 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

X_3 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

X_4 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

X_5 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

จากสมการความถดถอยสามารถอธิบายได้ว่า มีตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)” จำนวน 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน”

สมมติฐานที่ 1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

H_0 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

ตารางที่ 20 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	Collinearity statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.620	.137		4.516	.000		
1. ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี	.210	.059	.219	3.561	.000**	.266	3.765

ตารางที่ 20 (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	coefficients		coefficients			statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
2. ด้านชอบพบปะลูกค้า	.061	.059	.059	1.035	.301	.304	3.291
3. ด้านการตัดสินใจบน ข้อมูล	.212	.059	.205	3.576	.000**	.306	3.273
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	.214	.054	.222	3.946	.000**	.318	3.147
5. ด้านมีความรู้ทาง การเงิน	.158	.064	.156	2.482	.013*	.256	3.913
R	0.778 ^a						
R square	0.605						
Adjusted R square	0.608		(0.000)*				

* P-value \leq 0.05

จากตารางที่ 20 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC” และตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)” ซึ่งเท่ากับ 0.778 ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ กับ ความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.605 หรือร้อยละ 60.5

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้นคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มาอย่างน้อย 1 ตัวที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ (ด้านกระบวนการภายใน)

สมการ Multiple linear regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.620 + 0.210X_1^{**} + 0.061X_2 + 0.121X_3^{**} + 0.214X_4^{**} + 0.158X_5^*$$

$$\text{Standardized } Y = 0.219X_1^{**} + 0.059X_2 + 0.205X_3^{**} + 0.222X_4^{**} + 0.156X_5^*$$

เมื่อ \hat{Y} = ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

X_1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

X_2 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

X_3 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

X_4 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

X_5 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

จากสมการความถดถอยสามารถอธิบายได้ว่า มีตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)” จำนวน 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน”

สมมติฐานที่ 1.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

H_0 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร)

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร)

ตารางที่ 21 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้ และการเติบโตขององค์กร)

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	Collinearity statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.590	.119		4.976	.000		
1. ด้านมีความคล่องตัว	.246	.051	.269	4.833	.000**	.266	3.765
ด้านเทคโนโลยี							
2. ด้านชอบพบปะลูกค้า	.143	.051	.146	2.810	.005*	.304	3.291
3. ด้านการตัดสินใจบน	.162	.051	.164	3.153	.002*	.306	3.273
ข้อมูล							
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	.195	.047	.213	4.177	.000**	.318	3.147
5. ด้านมีความรู้ทาง	.115	.055	.119	2.096	.037*	.256	3.913
การเงิน							
R	0.822 ^a						
R square	0.675						
Adjusted R square	0.671	(0.000)*					

* P-value \leq 0.05

จากตารางที่ 21 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC” และตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร)” ซึ่งเท่ากับ 0.778 ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ กับ ความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.605 หรือร้อยละ 60.5

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้นคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มาอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามคือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ (ด้านการเรียนรู้ และการเติบโตขององค์กร)

สมการ Multiple linear regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.590 + 0.246X_1^{**} + 0.143X_2^* + 0.162X_3^* + 0.195X_4^{**} + 0.115X_5^*$$

$$\text{Standardized } Y = 0.269X_1^{**} + 0.146X_2^* + 0.164X_3^* + 0.213X_4^{**} + 0.119X_5^*$$

เมื่อ \hat{Y} = ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร)

X_1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

X_2 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

X_3 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

X_4 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

X_5 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

จากสมการความถดถอยสามารถอธิบายได้ว่ามีตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร)” จำนวน 5 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ”

สมมติฐานที่ 1.5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

H_0 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)



3130918634

ตารางที่ 22 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้านโดยภาพรวม)

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	coefficients		coefficients			statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.601	.104		5.764	.000		
1. ด้านมีความคล่องตัว	.244	.045	.280	5.448	.000**	.266	3.765
ด้านเทคโนโลยี							
2. ด้านชอบพบปะลูกค้า	.106	.045	.114	2.365	.019*	.304	3.291
3. ด้านการตัดสินใจบน	.168	.045	.178	3.726	.000**	.306	3.273
ข้อมูล							
4. ด้านเป็นคนช่างเลือก	.206	.041	.235	5.003	.000**	.318	3.147
5. ด้านมีความรู้ทาง	.126	.048	.136	2.606	.010*	.256	3.913
การเงิน							
R	0.851 ^a						
R square	0.724						
Adjusted R square	0.721	(0.000)*					

* P-value \leq 0.05

จากตารางที่ 22 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC” และตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)” ซึ่งเท่ากับ 0.851 ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ กับ ความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.724 หรือร้อยละ 72.4

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC มาอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

สมการ Multiple linear regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.601 + 0.244X_1^{**} + 0.106X_2^* + 0.168X_3^{**} + 0.206X_4^{**} + 0.126X_5^*$$

$$\text{Standardized } Y = 0.280X_1^{**} + 0.114X_2^* + 0.178X_3^{**} + 0.235X_4^{**} + 0.136X_5^*$$

เมื่อ \hat{Y} = ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

X_1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี

X_2 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านชอบพบปะลูกค้า

X_3 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล

X_4 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านเป็นคนช่างเลือก

X_5 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ด้านมีความรู้ทางการเงิน

จากสมการความถดถอยสามารถอธิบายได้ว่า มีตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)” จำนวน 5 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน



3130918634

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำเสนอผลการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC โดยจำกัดช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี รวมทั้งสิ้น 400 คน ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียด ในเรื่อง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร การสุ่มตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the social sciences) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การวิเคราะห์สถิติ Multiple regression analysis เพื่อใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีธุรกิจประเภทธุรกิจบริการ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และมีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านมีความรู้ทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ($\bar{X} = 3.76$) ด้านชอบพบปะลูกค้า และด้านเป็นคนช่างเลือก ($\bar{X} = 3.73$) และด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร ($\bar{X} = 3.82$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.81$) และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล และด้านเป็นคนช่างเลือก ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเงิน)

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านลูกค้า)

สมมติฐานที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านกระบวนการภายใน)

สมมติฐานที่ 4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และ การเติบโตขององค์กร) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร)

สมมติฐานที่ 5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้านโดยภาพรวม) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้าน

เป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ สามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่นวายของ สุทธภา อมรวิวัฒน์ (2557) ได้กล่าวว่า ด้วยศักยภาพของตลาดเพื่อให้ธุรกิจก้าวหน้าเกมการแข่งขันที่ทวีความดุเดือด จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อ ของ Gen Y ก่อนนำมาประยุกต์ให้เข้ากับโมเดลธุรกิจที่มีอยู่ จากผลสำรวจตลาดผู้บริโภคในไทย อีไอซีพบ ว่าเจเนอเรชั่นวาย ที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อ ที่ภาคธุรกิจควรให้ความสำคัญ ได้แก่ มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ชอบมีสังคม การตัดสินใจบนข้อมูล เป็นคนช่างเลือก และมีความรู้ทางการเงิน

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งเพชร แสงหิรัญ และนิตนา ฐานิตชนกร (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร จำนวน 334 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ อยู่ในระดับมาก

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ทุกด้าน โดยภาพรวม) โดยสอดคล้องกับแนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการของ สุรชัย ภัทรบรรเจ็ด (2554) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายประการประกอบกัน โดยผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบทุกข้อ แต่ควรพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเองก็จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิอร ทิพย์ดวงดี (2556) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ งานวิจัยของปราณี ต้นประยูร (2555) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ (Factor analysis) ได้องค์ประกอบของคุณลักษณะ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 14 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความมุ่งมั่น ตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2) นวัตกรรมและความสามารถด้านการตลาด 3) มนุษยสัมพันธ์และ การติดต่อสื่อสาร 4) การมีเครือข่าย 5) คุณภาพของสินค้าหรือบริการ 6) โอกาสทางธุรกิจและการ เพิ่มผลผลิต 7) การมองโลกในแง่ดี 8) การบริหารจัดการ 9) ภาวะผู้นำ 10) ทักษะและความ เชี่ยวชาญ 11) ความรับผิดชอบ 12) ระบบงาน 13) สุขภาพ และ 14) จริยธรรมทางธุรกิจ ส่วนผล การวิเคราะห์ เพื่อหาสมการพยากรณ์โดยวิธีสเต็ปไวส์รีเกรสชัน พบว่า องค์ประกอบของ คุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยรวมได้ร้อยละ 55.7 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภาระเกด นันทศรีนนท์ (2555) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีคุณลักษณะในแต่ละด้านเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการ แสวงหาโอกาส มุ่งมั่นอดทน ซื่อสัตย์สุจริต มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ เชื่อมั่น ในตนเอง แรงจูงใจและใฝ่หาความสำเร็จ มนุษยสัมพันธ์ กล้าเสี่ยงความคิดสร้างสรรค์ การแสวงหา ข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น วิสัยทัศน์และเป้าหมาย และความเป็นผู้นำ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัย ลู่ความสำเร็จของธุรกิจ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการ Gen Y ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีดังนั้น ธุรกิจควรมี การศึกษาการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการผลิต ด้านการบริการ และด้านการสื่อสาร อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น

2. ผู้ประกอบการ Gen Y หรือผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการ แสวงหาความรู้และข้อมูลเพื่อความสามารถในการตัดสินใจ โดยใช้ประสบการณ์ ข้อมูลต่าง ๆ

ทางธุรกิจ และความรู้ มาประมวลผลในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจ ส่วนการทำงานร่วมกับผู้อื่นต้องมีการพิจารณาความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตน เพื่อนำมาปรับใช้กับข้อผิดพลาดของตนเอง การวางแผนเพื่ออนาคต ซึ่งมีความสำคัญต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถวางแผนที่จะขยายธุรกิจให้มีสินค้าและบริการที่ครอบคลุมครบวงจร และสามารถวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอนาคต รวมทั้งสามารถปรับเปลี่ยนโดยสามารถทำแผนขึ้นมาใหม่ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ผู้ประกอบการ Gen Y หรือผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับตัวในการแข่งขันให้กับธุรกิจในอนาคตคือ การปรับตัวให้แปลกใหม่ เกิดนวัตกรรมใหม่อย่างสม่ำเสมอ เช่น การคิดค้นรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการจัดการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นมีประโยชน์ต่อลูกค้าก็สามารถจะสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจอย่างมหาศาล ทำให้เกิดความประทับใจจากลูกค้าส่งผลให้ธุรกิจมีความมั่นคงอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้ทางธุรกิจ

จากศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจในครั้งนี้ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ด้านชอบพบปะลูกค้า ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล ด้านเป็นคนช่างเลือก และด้านมีความรู้ทางการเงิน ส่งผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้

1. มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญที่ส่งผลให้เกิดคุณลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามมา ด้วยความคล่องตัวดังกล่าว คนเจนเอเรชั่นวายจึงเข้าถึงข้อมูลและทางเลือกต่าง ๆ ได้มากกว่า อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสื่อสารไร้สายช่วยให้ ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ และหาช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคให้ดึงดูดและตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้

2. ชอบพบปะลูกค้า เจเนอเรชั่นวายชอบแชร์ประสบการณ์ส่วนตัวหรือเรื่องราวที่ตัวเองสนใจผ่านทางออนไลน์ โดยความรู้และข้อมูลที่ เจเนอเรชั่นวายได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจของพวกเขา เจเนอเรชั่นวายโตมากับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งช่องทางและพื้นที่ให้พวกเขาแสดงความเป็นตัวเองและความคิดเห็น รวมไปถึงการแชร์ประสบการณ์ความรู้ระหว่างกัน โดยช่องทางนี้จะทำให้ผู้ประกอบการ

ได้พบกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ และพึ่งพาตนเองได้อย่างคล่องแคล่ว โดยมีเทคโนโลยีและกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายเป็นผู้ช่วย

3. การตัดสินใจบนข้อมูล จากคุณลักษณะเด่นด้านความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีทำให้เจเนอเรชันวายเป็นกลุ่มคนที่ใช้ข้อมูลออนไลน์มาพิจารณาเปรียบเทียบหรือตรวจสอบเพื่อหาทางเลือกที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจที่จัดสรรงบประมาณจำนวนมากในการทำตลาดกับสื่อรูปแบบเก่า ๆ จึงควรหันมาให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค เจเนอเรชันวายที่มีแนวโน้มจะใช้เวลาน้อยลงกับสื่อในรูปแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

4. เป็นคนช่างเลือก ด้วยความที่เจเนอเรชันวายมีมาตรฐานสูง คนกลุ่มนี้จึงเป็นคนช่างเลือก คนเจเนอเรชันวายอาจดูเหมือนเป็นคนช่างเลือกและชอบเรียกร้อง เห็นได้จากวิธีการซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า ลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกสรรแต่สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามที่ต้องการเท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนมากในสังคมออนไลน์และออฟไลน์ทำให้พวกเขาารู้ว่ามีทางเลือกอีกมาก จึงมักจะพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลจนกว่าจะเจอตัวเลือกที่ดีที่สุด กลุ่มลูกค้าเจเนอเรชันวายจึงเป็นกลุ่มที่มีมาตรฐานสูงกว่าลูกค้าเจเนอเรชันอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันที่มีดีไซน์สวยงามจะดึงดูดความสนใจของลูกค้าเจเนอเรชันวายได้ในทันที และมีโอกาสที่จะเป็นที่นิยมสูง นอกเหนือจากคุณภาพของสินค้าและบริการแล้ว ปัจจัยที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังรวมถึงฟังก์ชันใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการที่ไม่ซ้ำแบบใคร การสร้างแบรนด์ที่แสดงให้เห็นสไตล์และตัวตนของผู้ใช้ และขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนี้ ในการดึงดูดความสนใจของ Gen Y เช่น การทำการตลาดแบบจริงใจ ตรงไปตรงมา และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจจะต้องเน้นเรื่องมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมไปถึงการจัดสรรรูปแบบและช่องทางการสื่อสารกับเจเนอเรชันวายโดยเลือกใช้ข้อความทางการตลาดที่ “จับใจ” และ “จริงใจ”

5. มีความรู้ทางการเงิน ผู้ประกอบการควรมีความรู้ทางการเงินตั้งแต่อายุน้อย โดยต้องมีการเรียนรู้วิธีที่จะบริหารจัดการเงินในเชิงรุก ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านการเงิน เพราะทัศนคติที่ว่าความรู้ด้านการเงินที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่งคั่งได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นที่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลคล้ายคลึงกัน เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการหรือเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับผู้ประกอบการต่อไป



3130918834

บรรณานุกรม

- กระเถก นันทศรีนนท์. (2554). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- โกสิย์ ดีมานะ. (2557). *การวิเคราะห์พหุปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานภาคเอกชนของกลุ่มเจนเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชุตินา โสภาสานนท์. (2553). *ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ (คู่มือสำหรับนักลงทุน): How to Start Your Business* (1.). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- ณัฐ อมรภิญโญ. (2557). รูปแบบการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 9(3), 57-66.
- ดาริกา ฐานะสูตร และนิตนา ฐานิตชนกร. (2556). ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านเค้กไขมันต่ำระดับพรีเมียมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 4 (หน้า 12)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นราเขต ยิ้มสุข และสิริอร วิชชาวุธ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภองครักษ์ จังหวัดนครนายก. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นอร์ ทิพย์ดวงดี. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจพร พิงไชย. (2556). การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในทัศนะของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 3(2), 15-109.



ปราณี ต้นประยูร. (2555). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

มารยาทโยทงยศและปราณีสวัสดิศรพร. (2544). *การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*. เข้าถึงได้จาก: <http://research.bu.ac.th/knowledge/kn46/Samplesize.pdf>.

รัชจรินทร์ พรชัยวิเศษกุล, วิวรรณรักษ์ จรัสวิริยะกุล, อัญชติ วิสุทธีมรรค และสุรัต พิชัย. (2546). *การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งเพชร แสงหิรัญ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร*. ใน *การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 24 (หน้า 774-783)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (2557). *รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณลักษณะเด่น 5 ข้อของ Gen Y*. เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2014/11/how-to-attack-gen-y-scb-eic/>

วิไลพร ทวีลาภพันทอง. (2555). *รักและผูกพันเจนเนอร์ชันวาย*. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.

สมคิด บางโม. (2552). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559)*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรศ.). (2560). *การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.

สุทธภา อมรวิวัฒน์. (2557). *กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Generation Y*. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaichamber.org>

สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2554). *คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.pattanakit.net/index.php?lay=show&ac=article&Id=538705672&Ntype=124>

- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). *Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ค*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครธุรกิจบุ๊ค.
- อัจฉิมา บำเพ็ญบุญ และพุฒิธร จิรายุส. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากาการจัดการ*, 9(2), 239-252
- อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซี.วี.แอล.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2552). *การจัดการยุคใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มาเธอร์ บอส แพคเกจจิ้ง.
- Dahalan N., Jaafar M., & Rosdi, S. A. M. (2013). Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91(2013), 403-410.



3180918834

ภาคผนวก



3130918834

BUU iThesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

ภาคผนวก ก



3130918834

BUU iThesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30



แบบสอบถาม

เรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y ในเขต EEC ที่มีผลต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของ
ธุรกิจ”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเพื่อการรวบรวมข้อมูลประกอบการเขียนงานนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

แบบสอบถามชุดนี้จะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ GEN Y

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

โปรดตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อตามสภาพที่เป็นจริงในความคิดเห็นของท่าน ซึ่งคำตอบทุกข้อของท่านจะถือเป็นความลับและจะใช้เป็นข้อมูลเฉพาะในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () 20-25 ปี

2. () 26-30 ปี

3. () 31-35 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. () มัธยมศึกษาตอนต้น

2. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

3. () ปริญญาตรี

4. () สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประเภทธุรกิจ

1. () ธุรกิจพาณิชย์กรรม

2. () ธุรกิจบริการ

3. () ธุรกิจการผลิต

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. () 10,000-20,000 บาท

2. () 20,001-30,000 บาท

3. () 30,001-40,000 บาท

4. () 40,001-50,000 บาท

5. () 50,001 บาทขึ้นไป



3130918834

BUU-IThesis 59710048 independent study / rev: 03012562 12:49:10 / seq: 30

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y

คำชี้แจง: โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียวและ
กรุณาตอบคำถามทุกข้อ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านมีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี					
1. ท่านใช้ Smart phone ในการค้นหาข้อมูลธุรกิจที่ท่านสนใจ					
2. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ในการโฆษณาธุรกิจของท่านให้เป็นที่รู้จัก					
3. ท่านทำการส่งเสริมการขายผ่านหน้าเพจเฟสบุ๊กของท่าน					
ด้านขอบพบปะลูกค้า					
4. ท่านมักจะสนทนา หรือให้ลูกค้าได้ชมสินค้า หรือบริการ ของท่าน ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์					
5. ท่านมักจะให้ลูกค้าร่วมเล่นเกมส์/ กิจกรรมพิเศษผ่านบนหน้า Fanpage					
6. ท่านมักใช้ Social media เป็นช่องทางพบปะพูดคุยกับลูกค้า					
ด้านการตัดสินใจบนข้อมูล					
7. ท่านมักจะทำการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งอยู่เสมอ					
8. ท่านใช้ข้อมูลจากการอ่านรีวิวผ่านทางอินเทอร์เน็ตประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจ					
9. ท่านพูดคุยและปรึกษากับผู้ที่เชี่ยวชาญทางการตลาดเพื่อหาข้อมูลและความต้องการในตลาดอย่างสม่ำเสมอ					

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ Gen Y	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านเป็นคนช่างเลือก					
10. ท่านเลือกทำธุรกิจที่แตกต่าง และมีรูปแบบไม่ซ้ำใคร					
11. ท่านใช้เวลาเป็นอย่างมากในการเปรียบเทียบ ผลกำไร และความคุ้มค่า ก่อนการตัดสินใจทำธุรกิจ					
12. ท่านมักจะเลือกทำธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด					
ด้านมีความรู้ทางการเงิน					
13. ท่านสามารถตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในแต่ละเรื่องไว้ และพยายามใช้จ่ายให้ไม่เกินงบประมาณนั้น					
14. ท่านมีความรู้ในการยื่นขอสินเชื่อจาก สถาบันการเงิน เพื่อเปรียบเทียบเงื่อนไข และอัตราดอกเบี้ย					
15. ท่านมีการวางแผนทางการเงิน และกำลังทำตามแผนเพื่อให้มีความพร้อมทางการเงินในการทำธุรกิจ					



3130918634

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

คำชี้แจง: โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียวและ

กรุณาตอบคำถามทุกข้อ เมื่อท่านพิจารณาจะซื้อที่อยู่อาศัย ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ในระดับใด

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการเงิน					
1. ท่านมีสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ					
2. ยอดขายของท่านเฉลี่ยต่อเดือนสามารถบรรลุเป้าตามที่กำหนด					
3. กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าได้ผลกำไรค่อนข้างสูง					
ด้านลูกค้า					
4. การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งถือว่าสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมได้ รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่					
5. การหากกลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือว่าได้รับผลตอบรับค่อนข้างดีเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
6. ช่องทางการจัดจำหน่ายของท่านสามารถกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้					
ด้านกระบวนการภายใน					
7. ท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน					

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. ท่านมีการจัดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ รวมถึงการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการบรรลุเป้าหมาย					
9. ท่านมีการวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินงาน					
ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร					
10. ท่านสามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง					
11. ท่านมีอัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง					
12. ท่านมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนากิจการของท่าน					

ขอขอบคุณที่กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้



3130918634

ภาคผนวก ข



3130918834

BUU iThesis 59710048 independent study / recv: 03012562 12:49:10 / seq: 30

Plagiarism Checking Report

Created on Dec 18, 2018 at 22:04 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	APPLICATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1080654	Dec 18, 2018 at 22:04 PM	ithesis-buu	59710048.pdf	Completed	1.36 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในจังหวัดนครราชสีมา	มะลิวัลย์ เหวี่ยงภูมิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	0.48 %
2	การตอบสนองของเจนเนอเรชันวายต่องานการตลาดเพื่อสังคม, Generation y's responses towards societal marketing programs	เบญจมาพร เจริญศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	0.41 %
3	คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ตามทัศนะของลูกค้าธุรกิจลานฮ้อย อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย	นิริฎศรี คำมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	0.26 %
4	ห้างทองรัชชศิริ	กัญพงษ์ อัครธรรมรัตน์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	0.22 %

12/19/2018

อักษรวิสุทธิ์

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

BUU iThesis 59710048 independent study revc 18122561 00 04 55 seq 20 สารบัญตารางหน้าตารางที่ 1 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง 36 ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคเกษตร 42 ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคบริการ 42 ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาตรี 43 ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาโท 43 ตารางที่ 6 จำนวนและค่า

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

การประมาณการค่าใช้จ่าย 51 \n กงภาไรชาตทุน 52 \n ก ซ\ (สารบัญ(ต่อ)\n หน้า\ n สรูปภาพรวมของแผนธุรกิจ 53 \n ก มรรถนากกรม 54 \n ก ภาคผนวก 55 \n ก ประดิษฐ์เขียน 59 \n ก ๗\ n สารบัญตาราง\ n หน้า\ n ตารางที่2.1 แสดงค่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 6 \n ก ตารางที่3.1จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถามจากภาคเกษตร 9 \n ก ตารางที่3.2จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถามจากภาคบริการ 10 \n ก ตารางที่3.3จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาตรี 10 \n ก ตารางที่3.4จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาโท 11 \n ก ตารางที่3.5จำนวนและ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาตรี 11 \n ก ตารางที่3.6จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาโท 12 \n ก ตารางที่3.7จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาโท ในการ เข้า 13 \n ก รานทอง\ n ตารางที่3.8จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จากภาคการศึกษาระดับปริญญาตรี 13 \n ก การซื้อทอง\ n ตารางที่3.9จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการศึกษาระดับปริญญาโท 14 \n ก ในการซื้อทอง\ n ตารางที่3.10จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคการ

background ที่ส่งผลต่อเจเนเรชั่นวายคือเมื่อเจเนเรชั่นวายเกิดขึ้นประเทศ ต่างๆในโลกเริ่มกลุ่มเป็นประเทศรายได้และประเทศยากจนอย่างเห็นได้ชัดผู้คน เริ่มแบ่งชั้นชั้นเป็นชนชั้นคนจนและคนรวยมีโอกาสทางสังคมดีกว่าสามารถ ส่งเสริมความเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนมหาวิทยาลัยในต่างประเทศมีบ้านหลัง ใหญ่มีรถยนต์ใช้ในขณะที่คนจนยังคงต้องลำบากหาเงินส่งลูกเข้าโรงเรียนรัฐบาลซึ่ง พื้นฐานทางสังคมและพัฒนาการ 3018576883

ของประชากรโดยรวม\ n ของโลกลดลงครอบครัวเริ่มมีขนาดเล็กผู้คนเริ่มให้ ความสำคัญกับการมีลูกน้อยแต่เลี้ยงดูให้ดีกว่า\ n มีลูกมากเพื่อมาช่วยทำ งานเหมือนยุคGen-Bลักษณะเช่นนี้ทำให้วัฒนธรรมของคนเริ่มมีความสำคัญ\ n กว่า อดิด(ศรีกัญญาภรณ์คลศิจิ, 2548)\ n สถาบันโดยรวมทั้งสังคมเมื่อGen-Yเกิดขึ้น คือประเทศต่างๆในโลกเริ่มแยก\ n กลุ่มเป็นประเทศรายได้และประเทศยากจน อย่างเห็นได้ชัดผู้คนเริ่มแบ่งชั้นวรรณะเป็นคนรวยคนจน\ n และคนรวยมีโอกาส ทางสังคมดีกว่าสามารถส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนมหาวิทยาลัย\ n ในต่างประเทศมีบ้านหลังใหญ่มีรถยนต์ใช้ในขณะที่คนจนยังคงต้องลำบากหาเงิน ส่งลูกเข้าโรงเรียน\ n ของรัฐซึ่งพื้นฐานทางสังคมและพัฒนาการสำคัญที่มีผล ต่อวิถีชีวิตของGen-Yมีดังต่อไปนี้\ n 1. อินเทอร์เน็ต (Internet)ระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในยุคของGen-Yเป็น\ n ระบบที่สนับสนุนการมีคอมพิวเตอร์และการ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้เป็นสิ่งพิเศษเป็นสิ่งที่จำเป็นของ\ n เกี่ยวกับโลกที่กว้าง(Worldviews)การสื่อสารหรือการค้าด้วยระบบเครือข่ายเป็นเพียงช่องทางหนึ่ง\ n ที่ธรรมดาและหลาย

จะมีผู้รักต่างประเทศหนึ่งแล้วก็เปลี่ยนใจไปมีผู้รักเป็นเพศเดียวกันอีกกระทันหันหนึ่ง สังคมก็ถือเป็นเรื่องปกติการสื่อสารเจเนเรชั่นวายสามารถเลือกได้ว่าสื่อสารแบบพูดคุยด้วยเสียงหรือใช้โทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3018576883

เองด้วยสังคมที่เปิดกว้างและยอมรับมากขึ้นจึงมีอิสระที่จะ\ n เลือกเพศของตนเองได้อย่างเสรีว่าก่อนสามารถเลือกที่จะเปลี่ยนเพศได้อย่างสบายขึ้น\ n 23 \n ก ผู้รักGen-Yสามารถเลือกได้ว่าต้องการมีผู้รักลักษณะไหนมาคนเลือก\ n ก ที่จะมีผู้รักต่างประเทศหนึ่งแล้วก็เปลี่ยนใจไปมีผู้รักเป็นเพศเดียวกันอีกกระทันหันหนึ่ง สังคมก็ถือเป็นเรื่อง\ n กปกติ\ n การสื่อสารGen-Yสามารถเลือกได้ว่า จะสื่อสารแบบพูดคุยด้วยเสียงหรือ\ n ก ใช้เสียงจะใช้โทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่\ n ก ศาสนาGen-Yเลือกได้ว่าจะมีนับถือศาสนาอะไรหรือไม่ก็นับถือ ศาสนา\ n ก อะไรก็สามารถไปวัดทำบุญสักการะตามธรรมเนียมไทยก็เจ

ทักษะต่างๆที่จำเป็นรวมถึงทักษะใหม่ๆที่ทันสมัยให้กับพนักงาน 10 มีความเชื่อ เรื่องโชคหมายถึงการที่ผู้ประกอบการเชื่อว่าความสำเร็จสามารถหาได้จากการทำงานหนักการค้นหาคำตอบของความล้มเหลวและหลีกเลี่ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบและลดความเสี่ยงโอกาสใหม่ๆโดยไม่ปฏิเสธ โชคดีที่มีผู้ศึกษาโอกาสส่วนที่ 2553 ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ ประสบความสำเร็จว่ามีความกล้าเสี่ยงต้องการมีความสำเร็จมีความคิด

อย่างต้องเนื่องหมายถึงการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรในองค์กรมีการสอนงานอธิบายและฝึกอบรมทักษะต่างๆที่จำเป็นรวมถึงทักษะใหม่ๆที่ทันสมัยให้กับพนักงาน 10 มีความเชื่อเรื่อง โชคหมายถึงการที่ผู้ประกอบการเชื่อว่าความสำเร็จสามารถหาได้จากการทำงานหนักการค้นหาคำตอบของความล้มเหลวและหลีกเลี่ยงแบบแผนของความคิดในเชิงลบสร้างความคิดในเชิงบวกหาการเสี่ยงพอสมควรและลดความเสี่ยงกับโอกาสใหม่ๆโดยไม่ปฏิเสธ"โชค"ที่ดีและไม่ปฏิเสธคือความเชื่อมั่นที่ว่าการให้คนเป็นปฏิบัติต่อตัวเองด้วยใจสุจริตใจดี(2546 : 20)กล่าวว่าลักษณะของผู้ประกอบการที่ต้องการความสำเร็จนั้นจะเป็นปัจจัยภายในแรงผลักดันพร้อมกับความสามารถด้านจิตใจและมีปัจจัยภายนอกด้านความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ความสามารถในการคิดสื่อสารและความสามารถทางด้านเทคนิคดัง คอธิบายโดยปณี 1)แรงผลักดันหมายถึงแรงจูงใจให้บุคคลทำงานโดยเป็น ลักษณะทางด้านบุคลิกภาพเช่นความรับผิดชอบความกระตือรือร้นความตั้งใจเริ่มความเพียรพยายามและความทะเยอทะยาน 18 ผู้ประกอบ

3130918634 BUU iThesis 59710048 independent study / revc: 03012562 12:49:10 / seq: 30

12/19/2018

อักษรวิสุทธิ์

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

เสียงระดับปานกลางที่คิดว่ามีการประเมินความเป็นไปได้แล้วแล้ว 2 ต้องการมุ่งความสำเร็จ Need for achievement เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความเป็นไปได้พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วเขาจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิดสติปัญญาความสามารถทั้งหมดทำงานหนักทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบากเขายังคงต่อสู้ต่อไปพร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับการเรียนรู้อุบัติการณ์ความผิดพลาดจากที่

งานที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางคือมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว 2) ต้องการมุ่งความสำเร็จ/(Need for / Achievement)เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความเป็นไปได้พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วผู้ประกอบการจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิดสติปัญญาความสามารถทั้งหมดทำงานหนักทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์(Creativity / Thinking)เมื่อผู้ประกอบการต้องการประสบความสำเร็จคือเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำเหมือนแบบดั้งเดิมเป็นผู้ที่ขอเอาประสบการณ์ที่ผ่านมามาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมนำมาใช้ในการบริหารธุรกิจ 4) ผู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย(Addict to Goals)เมื่อการตั้งเป้าหมายมีการวาดภาพจินตนาการไปถึงความสำเร็จและจะต้องหาอย่างไรก็ตามเหลวหาสาเหตุว่าเกิดจากอะไรและจะแก้ไขอย่างไรสิ่งนั้นเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ผู้ประกอบการจะต้องทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 5) มีความสามารถโน้มน้าวใจผู้อื่น(Ability to motivate)ผู้ประกอบการที่ค้นออกจากผิด

BUU IThesis 59710048 independent study revc 18122561 00 04 55 seq 20 18 9 มีความเชื่อมั่นตนเองผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองชอบอิสระและพึ่งตนเองมีความมั่นใจตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำและมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้มีความทะเยอทะยานมักจะประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไปเชื่อมั่นตัวเองมากเกินไปจึงไม่แปลกที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

มาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นขึ้นอีกหรือเข้าไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือเข้าไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงานให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม 8) มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี(Management and Leadership Capability)มีลักษณะการเป็นผู้นำรู้หลักการบริหารงานจัดการที่ดีเมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการ 9) มีความเชื่อมั่นในตนเอง(Be Self Confident)ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้มีความมั่นใจตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำและมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้มีความทะเยอทะยานและไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไปหรือเชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป 10) มีวิสัยทัศน์กว้างไกล(Visionary)เป็นผู้ที่มีประสบการณ์สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง 11) มีความรับผิดชอบ(Responsibility)รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดีเป็นผู้นำในการหาสิ่งต่างๆที่จะผิด

3130918634 BUU IThesis 59710048 independent study / revc: 03012562 12:49:10 / seq: 30