

# ปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น(สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

## Motivation Factors and External Factors Affecting the Decision to Restaurant Startup Business Entrepreneur in Thailand

ทศพล ปรีชาศิลป์ (Thotsapon Preechasin)<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ ร่องลงมา คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล สำหรับระดับปัจจัยแรงจูงใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ร่องลงมา คือ ด้านการตั้งเป้าหมาย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านอดทนต่อความไม่แน่นอน ส่วนระดับปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเศรษฐกิจ ร่องลงมา คือ ด้านการเมือง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านกฎหมาย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอก การตัดสินใจ ผู้ประกอบการธุรกิจ สตาร์ทอัพ

### Abstract

This research aimed to investigate the decision levels of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand and to explore motivational factors and external factors influencing the decision process of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand. The study employed a quantitative research approach, using a questionnaire as the data collection tool from 200 startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand. Data analysis involved calculating the mean, and standard deviation, and conducting a stepwise multiple regression analysis.

The research findings indicated that the decision level of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand was generally high. The aspect with the highest average was decision-

<sup>1</sup> สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (Department of Management, Faculty of Business Administration and information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi) E-mail: thotsapon.p@rmutsb.ac.th

\* Corresponding e-mail: thotsapon.p@rmutsb.ac.th

making based on cause, followed by decision-making based on results. Regarding motivational factors influencing the decision of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand, the overall level was high. The aspect with the highest average was the need for success, followed by goal-setting. The aspect with the lowest average was tolerance for uncertainty. As for external factors influencing the decision of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand, both overall and in specific dimensions, the levels were high. The aspect with the highest average was economic factors, followed by political factors, and the aspect with the lowest average was legal factors. The hypothesis testing results revealed that motivational and external factors significantly influenced the decision of startup entrepreneurs in the restaurant business in Thailand at a statistically significant level of 0.05.

**Keywords:** Motivation Factors, External Factors, Decision, Business Entrepreneur, Startup

วันที่รับบทความ: 9 ตุลาคม 2566 วันที่แก้ไขบทความ : 22 ธันวาคม 2566 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 22 ธันวาคม 2566

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันโลกธุรกิจทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start-up) เป็นรูปแบบใหม่ที่ออกแบบให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และมีการใช้เครื่องมือการบริหารที่แตกต่างจากธุรกิจ SME แบบเดิม ทำให้มีศักยภาพในการเติบโตอย่างมากและจะเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต (Manchusree, K. 2017) สำหรับการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้กล่าวถึงการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยว่า จากการสนับสนุนและผลักดันของรัฐบาลทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีประมาณ 100-600 ราย และในปี พ.ศ. 2560 ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้นมากกว่า 8,500 ราย (Workpointtoday, 2021)

จากรายงานของสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Paireepairit, 2016) พบว่า อัตราความล้มเหลวของธุรกิจแบบสตาร์ทอัพมีถึงร้อยละ 90 นอกจากนี้ในรายงานยังพบว่าปัญหาของธุรกิจสตาร์ทอัพ ร้อยละ 76.70 มีปัญหาด้านความขาดแคลนวิศวกร ร้อยละ 40 มีปัญหาด้านภาครัฐที่ยังไม่เข้าใจธุรกิจ ร้อยละ 40 มองว่าโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยยังไม่มีเท่าที่ควรและร้อยละ 33.30 ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saensena, S. & Butsaeng, T. (2017) กล่าวว่า ในยุคแรกธุรกิจสตาร์ทอัพ มีอัตราการล้มเหลวมากถึงร้อยละ 90 อาจเพราะยังไม่มีสมาคมหรือหน่วยงานที่สนับสนุน โดยผลจากการสำรวจในอดีตของ CBinsights พบว่าปัญหาหลัก ๆ ก็คืออย่างแรกผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด และไม่มีแผนการตลาดที่ดี อย่างที่สอง คือ ธุรกิจไม่มีทุนเพียงพอในการดำเนินธุรกิจและอย่างที่สาม คือ ความไม่ชำนาญของทีมงานหรือการทำงานที่ไม่สัมพันธ์กัน จากปัญหาที่เกิดขึ้นสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ จะต้องดำเนินการแก้ไขโดยการทำความเข้าใจในตัวธุรกิจในธุรกิจที่แตกต่างกัน ก็จะเน้นปัจจัยที่แตกต่างกัน นอกจากต้องเข้าใจในตัวธุรกิจแล้วควรศึกษาในส่วนของผู้ประกอบการด้วย เพราะผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความสามารถ และคุณลักษณะที่ดีในด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Norasetteekul, V. 2018)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพโดยตรงในประเทศไทยยังมีอยู่จำกัด และส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ประเภทร้านอาหาร โดยพิจารณา

เลือกปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอก เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยที่เป็นแรงขับเคลื่อนในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร รวมถึงผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยเฉพาะร้านอาหาร 3 ประเภท คือ (1) ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) (2) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) และ (3) ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) ร้านอาหารทั้ง 3 ประเภทที่เป็นสมาชิกของสมาคมภัตตาคารไทยและสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหารและแผงลอยแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้โปรแกรม G\*Power Version 3.1.9.2 ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cohen (1997) และผ่านการตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Buchner, 2010; Erdfelder, 1996; Worapongthorn & Worapongthorn, 2018 and Wiratchai, N. 2012) โดยกำหนดสถิติ เป็นแบบ F tests – Linear multiple regression: Fixed model, R<sup>2</sup> deviation from zero

### 1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเดียว ซึ่งมีตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ (1) ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านอดทนต่อความไม่แน่นอน ด้านแรงปรารถนา ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และด้านการตั้งเป้าหมาย (2) ปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวิทยาการเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย และด้านสิ่งแวดล้อม

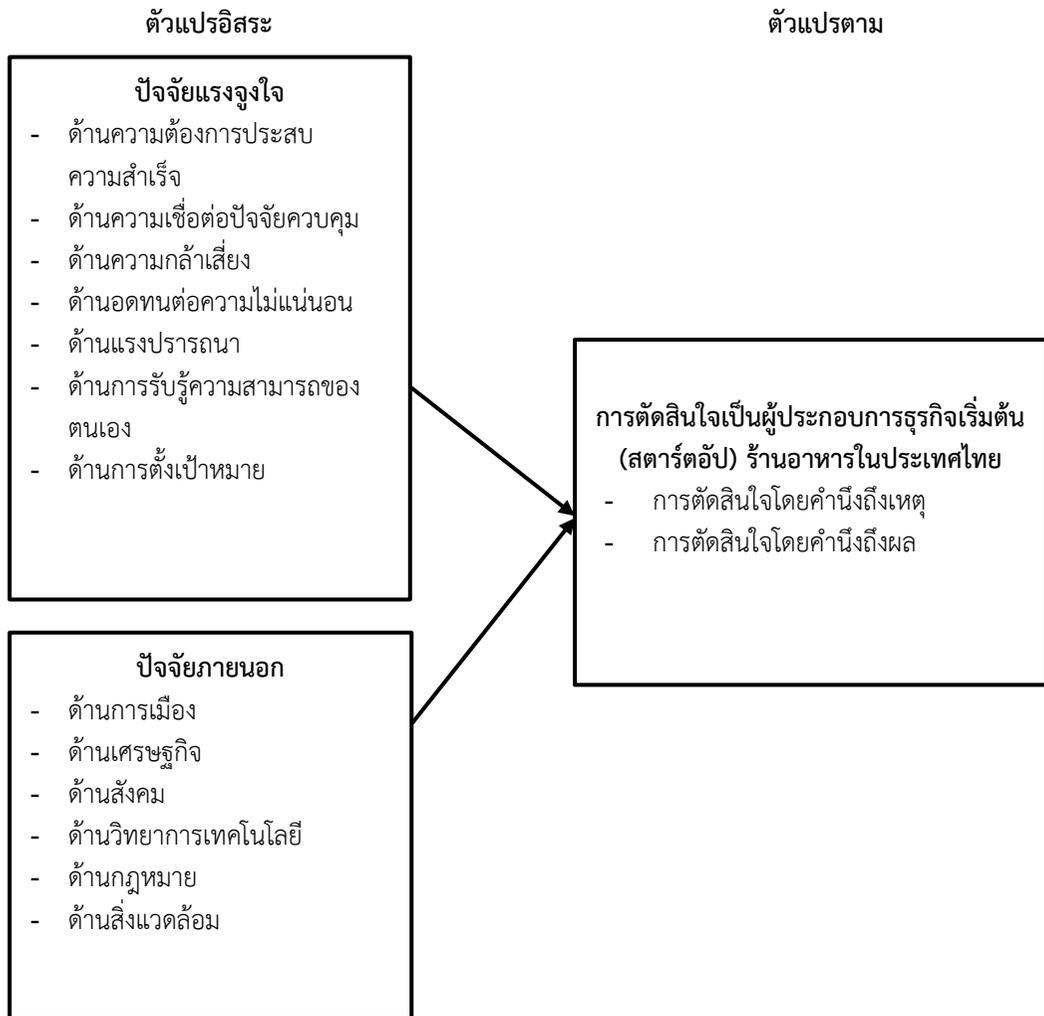
ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ประกอบด้วย การตัดสินใจโดยค่านึงถึงเหตุ (Causation) การตัดสินใจโดยค่านึงถึงผล (Effectuation)

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

1.4.2 ปัจจัยภายนอก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

## 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 2. แนวคิดทฤษฎี

### 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ

จากการศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของ Shane (2003) ได้รวบรวมแนวคิดและเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Korsukthaveekhoorn, C. 2018) ซึ่งนำทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ไว้ว่า บุคคลที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตมากจะเป็นคนที่มีความรับผิดชอบสูง เพื่อผลลัพธ์ มีทักษะและความพยายามและการเผชิญหน้ากับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลางและมีความชัดเจน นอกจากนี้ นักวิจัยยังให้เหตุผลว่า บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการคือ ลักษณะของคนที่ต้องการประสบความสำเร็จ ดังนั้นมีความเป็นไปได้ว่าคนที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ จะมีโอกาสได้เป็นผู้ประกอบการมากกว่าการทำอาชีพอื่น ๆ (McClelland, 1961) ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ความต้องการประสบความสำเร็จ ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ความกล้าเสี่ยง อดทนต่อความไม่แน่นอน แรงปรารถนา (Passion) การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการตั้งเป้าหมาย

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก

Prasit, C. (2018) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมือง หมายถึง สถานการณ์ทางการเมือง เสถียรภาพของรัฐบาล บทบาทของภาครัฐที่จะสร้างสภาวะแวดล้อม (Ecosystem) ที่จะเอื้อให้ภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ ผ่านการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน และนโยบายด้านการลงทุน ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กรในระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่าที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเทคโนโลยี หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการผลิตและบริการ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนโลกเป็นโลกยุคดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย

Iamsri, E. (2011) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์สภาพทางการตลาด (PESTLE Analysis) เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกทางการตลาดระดับมหภาค (Macro Environment) โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมภายนอกที่วิเคราะห์ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ปัจจัยด้านการเมือง (Political) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological) ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

## 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการเริ่มต้น

การตัดสินใจเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่เราต้องใช้อยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องง่ายจนกระทั่งการตัดสินใจในเรื่องยาก การตัดสินใจจะเกิดขึ้นในสภาพการณ์ที่เราต้องคาดการณ์เกี่ยวกับอนาคตหรือเลือกระหว่างทางเลือกตั้งแต่สองทางขึ้นไป Burton and Thakur (2006) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการที่รวบรวมเอาการวิเคราะห์ และการนิยามสถานการณ์ของปัญหา มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดทางเลือกแล้วเลือกทางที่ดีที่สุดหนึ่งทาง แล้วจึงกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และ George (1949) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ตั้งอยู่บนรากฐานของกฎเกณฑ์จากทางเลือกสองทางหรือมากกว่าสองทางเลือกที่เป็นไปได้ และให้ความเห็นว่ามึระดับขั้นตอนความสำคัญอยู่หลายประการ คือ ประการแรก เป็นกิจกรรมทางด้านเชาวน์ปัญญา (Intelligence Activity) ซึ่งความหมายนี้เป็นการยืมความหมายทางการทหารมาใช้ หมายถึง บรรดาเสนาริการที่จะต้องไปสืบเสาะหาข่าวสารสภาพการทางสิ่งแวดล้อมสำหรับที่จะใช้ในการตัดสินใจ ประการที่สอง เป็นกิจกรรมออกแบบ (Design Activity) เป็นการสร้างพัฒนาวิเคราะห์ แนวทางต่าง ๆ ที่น่าจะนำไปปฏิบัติได้ ประการที่สาม คือ กิจกรรมคัดเลือก (Choice Activity) คือ การเลือกทางเลือกอันเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติได้จริง และ Barnard (1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว ดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 เนื่องจากธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) เป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษเป็นรูปแบบที่ประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดด มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง ผู้วิจัยจึงกำหนดประชากรเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทย เฉพาะร้านอาหาร 3 ประเภท คือ (1) ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) (2) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual

Dining) (3) ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) ร้านอาหารทั้ง 3 ประเภทเป็นสมาชิกของสมาคมภัตตาคารไทยและสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหารและแผงลอยแห่งประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้โปรแกรม G\*Power Version 3.1.9.2 ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cohen (1997) และผ่านการตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Buchner, 2010; Erdfelder, 1996; Worapongthorn & Worapongthorn, 2018 and Wiratchai, N. 2012) โดยกำหนดสถิติเป็นแบบ F tests – Linear multiple regression: Fixed model,  $R^2$  deviation from zero กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ 0.14 ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial  $R^2$  เท่ากับ 0.124 จากผลงานวิจัยในอดีตของ Yuwaree, A. (2017) ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.05 อำนาจการทดสอบ (Power of the test) เท่ากับ 0.95 และจำนวนตัวแปรทำนาย เท่ากับ 7 ได้ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 162 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้นและมีขนาดเพียงพอที่จะมีการกระจายตัวเข้าใกล้โค้งปกติ ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 200 ตัวอย่าง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะประเภทธุรกิจร้านอาหาร ลักษณะความเป็นเจ้าของธุรกิจ และจำนวนพนักงาน โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ เกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จ ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ความกล้าเสี่ยง อดทนต่อความไม่แน่นอน แรงปรารถนา การรับรู้ความสามารถของตนเอง การตั้งเป้าหมาย ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก เกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวิทยาการเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ได้แก่ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

### 3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

#### 3.3.1 การสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

2) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อตรวจพิจารณา แก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุง เพื่อความเหมาะสมและความถูกต้องของแบบสอบถาม

#### 3.3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1) การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมในการใช้ภาษา แล้วนำผลมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) คัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความตรง ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป (Srisa-Ard, B. 2017)

2) การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

(Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของ Cronbach (1970) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จากการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90

### 3.4 ขอบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยได้รับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล โครงการวิจัยเลขที่ : IRB-RUS-2566-031

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form (Online Questionnaire) เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านกลุ่มไลน์ของสมาคมภัตตาคารไทย และสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหาร และแผงลอยแห่งประเทศไทย ซึ่งหลังจากเก็บข้อมูลครบ 200 ชุด จึงนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเดียว (Enter Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

## 4. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยและนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.30 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 53.80 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.30 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.5 ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีลักษณะความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบนิติบุคคล (ห้างหุ้นส่วน หรือ บริษัทจำกัด) คิดเป็นร้อยละ 48.30 และส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานจำนวน 11-19 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30

### 4.2 ปัจจัยแรงจูงใจ เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยแรงจูงใจ เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย จำแนกตามรายด้าน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	4.19	0.75	มาก
ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม	4.07	0.76	มาก
ด้านความกล้าเสี่ยง	4.09	0.81	มาก
ด้านอดทนต่อความไม่แน่นอน	4.05	0.79	มาก
ด้านแรงปรารถนา	4.07	0.82	มาก
ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	4.08	0.82	มาก
ด้านการตั้งเป้าหมาย	4.11	0.83	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจ เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.80) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ด้านการตั้งเป้าหมาย ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.83) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านอดทนต่อความไม่แน่นอน ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.79)

#### 4.3 ระดับปัจจัยภายนอก เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยภายนอก เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย จำแนกตามรายด้าน

ปัจจัยภายนอก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเมือง (Political)	4.11	0.80	มาก
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	4.13	0.84	มาก
ด้านสังคม (Sociological)	4.09	0.81	มาก
ด้านวิทยาการเทคโนโลยี (Technological)	4.07	0.83	มาก
ด้านกฎหมาย (Legal)	4.06	0.83	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)	4.09	0.81	มาก
รวม	4.09	0.82	มาก

จากตารางที่ 2 ระดับปัจจัยภายนอก เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.82) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเศรษฐกิจ ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.83) รองลงมา คือ ด้านการเมือง ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.80) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านกฎหมาย ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = 0.83)

#### 4.4 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย จำแนกตามรายด้าน

ระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ	4.09	0.80	มาก
การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล	4.08	0.81	มาก
รวม	4.09	0.81	มาก

จากตารางที่ 3 ระดับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.81) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.80) รองลงมา คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.81)

#### 4.5 ปัจจัยปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

ตัวแปร (ปัจจัยแรงจูงใจ)	B	Std. Error	Beta	t.	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.880	0.347		11.195	0.000
ความต้องการประสบความสำเร็จ	0.058	0.039	0.074	1.477	0.040*
ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม	0.022	0.032	0.035	0.685	0.043*
ความกล้าเสี่ยง	0.007	0.033	0.010	0.198	0.003*
อดทนต่อความไม่แน่นอน	0.029	0.035	0.042	0.833	0.006*
แรงปรารถนา	0.027	0.029	0.047	0.928	0.028*
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.016	0.033	0.025	0.491	0.024*
การตั้งเป้าหมาย	0.054	0.034	0.081	1.595	0.012*

$R = .756, R^2 = .627, R^2_{Adj} = .602, SE_{est} = 7.273, F\text{-test} = 1.038, Sig = .000$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทยได้ร้อยละ 62.7 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว มีประสิทธิภาพการพยากรณ์การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทยถึงร้อยละ 62.7 สรุปว่า ปัจจัยแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายนอก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายนอก มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย

ตัวแปร (ปัจจัยภายนอก)	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.372	0.300		11.252	0.000
ด้านการเมือง	0.018	0.033	0.028	0.553	0.001*
ด้านเศรษฐกิจ	0.069	0.028	0.124	2.441	0.015*
ด้านสังคม	0.072	0.033	0.107	2.156	0.032*
ด้านวิทยาการเทคโนโลยี	0.060	0.033	0.092	1.823	0.009*
ด้านกฎหมาย	0.077	0.034	0.114	2.266	0.024*
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.017	0.033	0.026	0.514	0.007*

$R = .782, R^2 = .714, R^2_{Adj} = .703, SE_{est} = 6.268, F\text{-test} = 3.072, Sig = .006$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทยได้ร้อยละ 71.4 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว มีประสิทธิภาพการพยากรณ์การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 71.4 สรุปว่า ปัจจัยภายนอก มีผลต่อ

การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5. อภิปรายผล

**5.1 ปัจจัยแรงจูงใจภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก** โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านการตั้งเป้าหมาย ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ด้านแรงปรารถนา และด้านอดทนต่อความไม่แน่นอนตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการมีความปรารถนาจะประสบความสำเร็จเป็นสิ่งที่นำพาให้คนที่มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการเข้าสู่การทำธุรกิจ การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยให้เห็นภาพรวมและเส้นทางที่ต้องเผชิญเพื่อให้ประสบความสำเร็จ การกล้าเผชิญและออกไปหาสิ่งใหม่ ๆ และไม่กลัวการล้มเหลวเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ การเข้าใจและรับรู้ความสามารถของตนเองจะช่วยให้ผู้ประกอบการประเมินตนเองได้ว่าจะทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ในระดับใด และสิ่งใดที่ต้องพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thao, T. P., Toan, P. C., Luong, H. D., & Hoa, N. T. (2022) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจและแรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในฮานอย ประเทศเวียดนาม พบว่าความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ การตั้งเป้าหมาย ความกล้าเผชิญกับเสี่ยง เป็นคุณลักษณะของผู้เริ่มต้นธุรกิจซึ่งมีผลทางตรงต่อแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ

**5.2 ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย** พบว่า ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านวิทยาการเทคโนโลยี และด้านกฎหมายตามลำดับ อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยภายนอกทางด้านสถานการณ์เศรษฐกิจและความมีเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลหรือการเมืองที่ไม่เสถียรอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สำหรับประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงาน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริโภคต้องการรูปแบบการบริการและพฤติกรรมบริการบริโภคที่เปลี่ยนไป การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ การจัดการข้อมูล หรือการผลิตส่งผลกระทบต่อความมีประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงกฎระเบียบและความเป็นธรรมทางกฎหมายจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukbundit, P. (2018) พบว่า ปัจจัยภายนอก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Prasit, C. (2018) ที่พบว่าปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในระดับปานกลาง ส่วนงานวิจัยของ Seabnukol, P. (2017) พบว่า ปัจจัยภายนอกธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มการค้าปลีก เครื่องสำอางได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และการพัฒนาเทคโนโลยี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญแก่ปัจจัยดังกล่าวเป็นอย่างมาก รวมถึงหน่วยงานของรัฐที่ต้องการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องพิจารณาประเด็นนี้ประกอบการกำหนดนโยบายของรัฐบาลด้วยเช่นกัน

**5.3 การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย** พบว่าภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ รองลงมา คือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล ซึ่งอาจเกิดจากอิทธิพลจากประสบการณ์ หากผู้ประกอบการมีประสบการณ์ด้านการสร้างธุรกิจหรือตอบสนองต่อความต้องการในสังคม ผู้ประกอบการอาจจะให้ความสำคัญกับ "การคำนึงถึงเหตุ" หรือปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการคิดเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการอาจพิจารณาจากผลลัพธ์ในระยะยาวมากกว่าการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรระยะสั้น ในระยะยาว การที่ธุรกิจมีเหตุผลที่ดีในการดำเนินการอาจส่งผลให้ธุรกิจยั่งยืน ทั้งนี้หากธุรกิจมีความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงสูง การมีเหตุผลที่จะตัดสินใจดำเนินธุรกิจอาจเป็นปัจจัยที่ช่วยลดความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sadangharn, P. (2020) พบว่า รูปแบบการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามความเห็นด้วยใน

ระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Mansoori and Lackeus (2019) ที่วิเคราะห์วิธีการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการใน 6 ด้าน ประกอบด้วย การตัดสินใจ โดยคำนึงถึงผล (Effectuation) การวางแผนตามสิ่งที่ค้นพบ (Discovery-driven Planning) การเป็นผู้ประกอบการ (Prescriptive Entrepreneurship) การวางแผนธุรกิจ (Business Planning) การสร้างสตาร์ทอัพที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญหรือสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ (The Lean Startup Methodology) และการคิดออกแบบ (Design Thinking) และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gabrieleless and Politis (2011) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ โดยจำแนกเป็นการตัดสินใจที่คำนึงถึงเหตุ (Causation) และการตัดสินใจที่คำนึงถึงผล (Effectuation) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ (Career Motive) สูงจะใช้รูปแบบการตัดสินใจที่คำนึงถึงผล อย่างไรก็ตาม Watchara-anun, C. (2020) พบว่า ลักษณะและประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพในแต่ละองค์กรนั้น มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทิศทางและวัตถุประสงค์ของแต่ละองค์กรกำหนด แต่มี 5 ปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพที่องค์กรควรให้ความสำคัญในวางแผนพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการมีแนวคิดแบบผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านพื้นที่หลังของทีมนสตาร์ทอัพ ปัจจัยด้านการกำหนดทิศทางขององค์กร ปัจจัยด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร และปัจจัยด้านแบบจำลองธุรกิจ

**5.4 ผลการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย** พบว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ความกล้าเสี่ยง อดทนต่อความไม่แน่นอน แรงปรารถนา การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการตั้งเป้าหมาย มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย และปัจจัยภายนอกด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวิทยาการเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย และด้านสิ่งแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เนื่องจากคุณลักษณะที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะประเทศไทยเพิ่งผ่านสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-19 จึงอาจทำให้แรงจูงใจในการเริ่มต้นธุรกิจของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทยนี้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าคุณลักษณะที่ส่งผลต่อแรงจูงใจอีกสิ่งหนึ่งคือขอบเขตของความเชื่อของบุคคลที่ส่งผลต่อการกระทำหรือลักษณะของบุคคลที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ที่กระทำ บุคคลที่มีความเชื่อในปัจจัยควบคุมภายนอกจะเชื่อผลลัพธ์ของขอบเขตการควบคุมภายนอก ในขณะที่เดียวกันบุคคลที่เชื่อในปัจจัยควบคุมภายในจะเชื่อการกระทำของตนเองว่ามีผลลัพธ์ต่อสถานการณ์ (Rotter, 1966) หรือบุคคลที่มีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จสูง (Need for achievement) มักจะอยู่ในสถานการณ์ที่รู้สึกว่าเขาสามารถควบคุมผลลัพธ์ได้จากการกระทำหรือมองเห็นได้ว่าจะได้รับผลกระทบอย่างไรจากผลของการกระทำในจุดนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukbundit, P. (2018) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ด้านแรงปรารถนา ด้านการรับรู้ ความสามารถ และด้านการตั้งเป้าหมาย ปัจจัยภายนอก ด้านสังคม ด้านวิทยาการเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย และด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทัศนคติต่อธุรกิจ Start-up ความมีนวัตกรรมและการรับรู้โอกาสมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของประชากรที่อยู่ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

6.1.1 จากการศึกษาพบว่าความต้องการประสบความสำเร็จเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ แต่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จยังต้องมีการเตรียมความพร้อมโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ให้มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง โดยการเข้าร่วมในหลักสูตรฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจ

6.1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำและฝึกฝนเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงและการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เพื่อเสริมสร้างความกล้าเสี่ยงและความอดทน ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและวางแผนการดำเนินงานที่เป็นระบบ เพื่อนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ

6.1.3 จากการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย ด้วยปัจจัยภายนอกเหล่านี้เป็นปัจจัยที่อยู่เหนือการควบคุมของธุรกิจ จึงจำเป็นที่ควรมีการวิเคราะห์เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

6.1.4 เนื่องด้วยตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของแต่ละบุคคล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและเวลา จึงอาจมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในการประกอบการธุรกิจอื่น ๆ

## 6.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

6.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ (สตาร์ทอัพ) ในการประกอบการธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย เพื่อสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร

6.2.2 ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

## 7. เอกสารอ้างอิง

- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Buchner, A. (2010). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191.
- Burton, G., & Thakur, M. (2006). *Management Today: Principles and Practice*. New Delhi: Tata McGraw – Hill.
- Cohen, J. (1997). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Eucher, A. (1996). GPOWER: A general power analysis program. *Behavior research methods, instrument, & computers*, 28(1), 1-11.
- Gabrielsson, J. & Polits, D. (2011). Career motives and entrepreneurial decision-making: Examining preferences for causal and effectual logics in the early stage of new ventures. *Small Business Economics*, 36, 281-298.
- George, R. Terry. (1949). *Consumer Behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iamsri, E. (2011). *PEST Analysis Understanding the “big picture” that causes change*. Interfinn Business College. Retrieved May 16, 2023, from <https://iamsri.wordpress.com/2011/06/03/pest-analysis>
- Korsukthaveekhoon, C. (2018). *The studying of entrepreneurial motivation and intention of higher education students in Thailand* [Master's Thesis]. Bangkok University.
- Manchusree, K. (2017). *SET Your Startup Business Guide*. Bangkok: Stock Exchange of Thailand.
- Mansoori Y., & Lackéus, M. (2019). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Bus Econ*, 54, 791-818.

- McClelland, D.C. (1961). **The Achievement Motive**. New York: Prentice-Hall.
- Norasetteekul, V. (2018). **A Study of Entrepreneurial Characteristics, Key Success Factor, and Business Social Networking Affecting Thai Entrepreneurs Ability: Case of (Start-up) Entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Area** [Master's Thesis]. Bangkok University.
- Paireepairit, I. (2016). **Thai Startup Founders Survey 2016**. **Brand Inside**. Retrieved May 16, 2023, from <https://brandinside.asia/thai-startup-founders-survey-2016/>
- Prasit, C. (2018). **The relationship between external factors and business success of small and medium enterprises in Chachoengsao Province** [Master's Thesis]. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Rotter, J. B. (1996). Generalized Expectancies for internal versus External Control of Reinforcement. **Psychological Monographs**, 80, 1-28.
- Sadangharn, P. (2020). Decision-Making in Start-up Business of Generation Y at the Eastern Economic Corridor. **Journal of Chandrakasemsam**, 26(1), 75-87.
- Seabnukol, P. (2017). **Key Success Factors of Small and Medium Enterprise Entrepreneurs of Cosmetics Retail Sector in Bangkok**. [Master's Thesis]. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Shane, S. (2003). **A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus**. Cheltenham: Edward Elgar.
- Srisa-Ard, B. (2017). **Basic Research**. 10 th ed.. Bangkok: Siveeriyasarn.
- Sukbundit, P. (2018) **Motivation factors, external factors, attitude towards start-up businesses Innovation Perception of opportunity This affects the intention of being a start-up entrepreneur of the population in Lak Si District Bangkok** [Master's Thesis]. Ramkhamhaeng University.
- Supanet Saensena, S. & Butsaeng, T.(2017). **The Critical Factors to Success of Startup Business**. Retrieved May 16, 2023, From [http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01\\_1\\_Startup.pdf](http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_1_Startup.pdf)
- Thao, T. P., Toan, P. C., Luong, H. D., & Hoa, N. T. (2022). Factors Affecting Entrepreneurial Motivation and Intention of University Students in Hanoi, Vietnam. **International Journal of Modern Education & Computer Science**, 14(2).
- Watchara-anun, C. (2020). **Factors Impeding the Deveopment of Start-up by Corporate in Thailand** [Master's Thesis]. Mahidol University.
- Wiratchai, N. (2012). **Sample size determination and interesting new analytical statistics**. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- worapongthorn, T. & Worapongthorn, S. (2021). Sample size caculation for research project with G\*Power program. **Journal of Health Promotion and Environmental Health**, 41(1), 11-21.
- Workpointtoday. (2021). **Revealing 6 startups, leading candidates for Thai 'unicorns'**. Retrieved April 22, 2023, from <https://workpointtoday.com/who-candidate-thai-unicorn>
- Yuwaree, A (2017). **Factors Affecting Decision Marking for Beginning of Start-up Business** [Master's Thesis]. Thammasat University.