



การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ
ของประเทศไทย : กรณีศึกษาจากข้อมูลโครงการ Global
Entrepreneurship Monitor (GEM)
The Study of Entrepreneurial Opportunities Seeking in
Entrepreneurial Process: The Evidence from GEM Data

ผศ.ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรไทย และศึกษาความแตกต่างของการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมของ เพศชายและหญิง โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) ในปี 2557 จากการศึกษา พบว่า ทุนมนุษย์และทุนสังคม มีอิทธิพลต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มบุคคล ที่มีระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่ม บุคคลที่มีระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมต่ำกว่า นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ผู้ชายไทยมีการแสวงหาโอกาส ในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าผู้หญิงและผู้ชายมีระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมสูงกว่าผู้หญิงอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ

คำสำคัญ : การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม โครงการศึกษาสังคมความเป็น ผู้ประกอบการระดับโลก ประเทศไทย

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



Abstract

The purposes of this study are to investigate an entrepreneurial opportunity seeking of Thai people and study the difference level of an entrepreneurial opportunity, human capital, and social capital based on gender difference by using the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) data in 2014. The result shows that human capital and social capital significantly influence an entrepreneurial opportunity seeking of Thai people. Thai people who possess higher level of human capital and social capital tend to have higher an entrepreneurial opportunity seeking than those who do not. Moreover, Thai males significantly have higher level of entrepreneurial opportunity seeking than Thai females.

Keywords : Entrepreneurial Opportunity Seeking, Human Capital, Social Capital, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Thailand

1. บทนำ

ในโลกธุรกิจสมัยใหม่ “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)” เป็นผู้ที่มีความสำคัญยิ่งเนื่องจากเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในหลายมิติ (Meh, 2005; Bosma, Wennekers, & Amorós, 2012) ทั้งการสร้างงาน การประดิษฐ์ คิดค้น การบุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้อัตราการว่างงานลดน้อยลงและมีเงินตราไหลเข้าประเทศมากขึ้น ทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ในประเทศกำลังพัฒนากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในฐานะเครื่องมือทางเศรษฐกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจจัดระบบโครงสร้างของเศรษฐกิจ (Henry, Hill, & Leitch, 2003; Humphrey, 2003)

จากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2558) ระบุว่าประเทศไทยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนทั้งสิ้น 2,763,997 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.16 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดยเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) มากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 2,750,750 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.70 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 4,454,939.6 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.4 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (Gross domestic product: GDP) นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 11,414,702 คน หรือร้อยละ 80.96 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดของประเทศ สำหรับการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า 1,761,818.87 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.50 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด กล่าวได้ว่า สังคมความเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

แม้ว่าการพัฒนาส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการจะมีบทบาทที่สำคัญ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการยังมีอยู่อย่างจำกัดและหลากหลายมิติของการทำการศึกษา (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000) การศึกษาเกี่ยวกับการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial opportunities) ได้รับความสนใจจากนักวิชาการในแวดวงความเป็นผู้ประกอบการ (Shane & Venkataraman, 2000; Gaglio & Katz, 2001) งานวิจัยที่ผ่านมาสนับสนุนว่า การแสวงหาและเลือกโอกาสในการประกอบธุรกิจเป็นทักษะและความสามารถที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Shane & Venkataraman, 2000; Ruzzier & Antoncic, 2007) โดยงานวิจัยควรจะมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนแรกๆ ของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial creation process) โดยเฉพาะในส่วนการอธิบายพฤติกรรม การเสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (Shane & Venkataraman, 2000)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีนักวิชาการต่างๆ เน้นย้ำความสำคัญของขั้นตอนแรกของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ (Shane & Venkataraman, 2000) งานวิจัยในสาขาความเป็นผู้ประกอบการในส่วนการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นระยะแรกของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการกลับมีอยู่อย่างจำกัด (Davidsson & Wiklund, 2001; Davidsson & Honig, 2003)



งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์ (Human capital) และปัจจัยทุนสังคม (Social Capital) นอกจากนี้ยังศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศ (Gender difference) ต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการระดับทุนมนุษย์และทุนสังคม Davidsson และ Honig (2003) กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์และปัจจัยทุนสังคม มีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ อันนำไปสู่การส่งเสริมสังคมความเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (Discovery of entrepreneurial opportunities)

โอกาสในการเป็นผู้ประกอบการหรือโอกาสในการทำธุรกิจ หมายถึง สถานการณ์ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่สามารถนำสู่การตลาดเพื่อทำการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยก่อให้เกิดคุณค่า (Value creation) ที่สูงขึ้น (Casson, 1982 อ้างอิงใน DeTienne & Chandler, 2004) โอกาสทางธุรกิจอาจเกิดจากการเพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสาร หรือเกิดจากการใช้ประโยชน์จากความไม่ตัดเทียมของข้อมูลข่าวสาร บุคคลที่มองเห็นและสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจอันรวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดและการดำเนินงานทางธุรกิจของผู้ประกอบการย่อมก่อให้เกิดกำไร อย่างไรก็ตามความสามารถในการมองเห็นโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ไม่ได้มีทุกคน โดยบุคคลที่มีปัจจัยทุนมนุษย์และปัจจัยทุนสังคมที่แตกต่างย่อมมีความสามารถในการตระหนักและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจที่ต่างกัน (Shane & Venkataraman, 2000)

2.2 ทุนมนุษย์กับการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

ทุนมนุษย์ในมิติของความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถและทักษะที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจรวมถึงการดำเนินธุรกิจ (Mincer, 1974 อ้างอิงใน DeCarolis & Saporito, 2006) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์มีการศึกษาจากนักวิชาการหลายท่าน (Eckhardt & Shane, 2003) มีความหมายที่หลากหลายและกว้างขวาง Bateman และ Snell (2011) ได้นิยามว่า ทุนมนุษย์ หมายถึง ความรู้ทักษะความสามารถของพนักงานซึ่งมีคุณค่าในการสร้างศักยภาพให้แก่องค์กร Lynn (2000) อ้างอิงใน Bateman และ Snell (2011) กล่าวว่า ทุนมนุษย์เป็นชุดที่ประกอบด้วยทักษะและความสามารถทุกประเภทของคนทำงานอยู่ในองค์กรซึ่งสามารถมองเห็นได้ว่าเป็นคลังของทักษะและความรู้ของบุคคลที่อยู่ภายในองค์กร Nureev (2010) เสริมว่า ทุนมนุษย์ในความหมายอย่างกว้าง คือ รูปแบบจำเพาะของทุนที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลซึ่งประกอบด้วยส่วนที่สำรองไว้สำหรับบุคคล ได้แก่ สุขภาพ ทักษะ ความสามารถ และแรงกระตุ้นที่เป็นสิ่งผลักดันให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้แรงงานและทำให้บุคคลได้รับรายได้ในรูปแบบของค่าจ้าง เงินเดือน และรายได้ประเภทอื่นๆ ส่วนความหมายอย่างแคบ คือ ความรู้ทั่วไปและความรู้เฉพาะ ความสามารถที่เป็นที่ต้องการ ทักษะ และประสบการณ์ และรวมถึงความสามารถที่จะใช้ทั้งหมดข้างต้นนั้นได้ถูกเวลาและถูกสถานที่

Davidsson และ Honig (2003) กล่าวว่า บุคคลที่มีทุนมนุษย์ที่สูงย่อมมีความสามารถในการแสวงหาโอกาสและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นในการสร้างธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการได้ดีกว่า การศึกษาในระบบเป็นหนึ่งในปัจจัยในการสร้างเสริมทักษะ ความรู้ อันนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของคุณภาพทุนมนุษย์ อย่างไรก็ตาม การศึกษาในระบบไม่ได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นผู้ประกอบการในลักษณะเชิงเส้นตรง (Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez, 2011) กล่าวคือ ความสามารถในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เกิดจากความรู้อันได้จากการอบรมจากการศึกษาในระบบเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ความสามารถในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการยังเกิดจากความรู้อันได้จากการสังสรรค์ประสบการณ์การทำงาน รวมทั้งความรู้ที่เกิดจากการศึกษานอกกระบวนอื่นๆ อีกด้วย จากงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ความสามารถในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทุนมนุษย์ในหลายปัจจัย เช่น การศึกษา ประสบการณ์การทำงานทั่วไป (Davidsson & Honig, 2003) ประสบการณ์ทำงานในสายงานเฉพาะ (Shane, 2000; DeTienne & Chandler, 2007) ความรู้เกี่ยวกับปัญหาของลูกค้า (Shepherd & DeTienne, 2005).

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) เป็นหนึ่งในปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2002) Bandura (1997) อ้างอิงใน Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez (2011) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อการกระทำของบุคคล บุคคลสองคนอาจมีความสามารถที่แท้จริงไม่ต่างกันแต่อาจแสดงออกในคุณภาพที่แตกต่างกันได้ ถ้าพบว่าบุคคลสองคนนี้มี การรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน ในปัจเจกชนก็เช่นกัน ถ้ารับรู้ความสามารถของตนเองในแต่ละสภาพการณ์แตกต่างกันก็อาจจะแสดงพฤติกรรมออกมาได้แตกต่างกันเช่นกัน Krueger, Reilly, และ Carsud (2000) กล่าวว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เป็นผลจากการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ (Perceived feasibility) และการรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ปรารถนา (Perceived desirability)

2.3 ทุนสังคมกับการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

ในปัจจุบันคำว่า “ทุนสังคม” ได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับว่ามีความจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ นักวิชาการ (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2004; North, 2005) Robert Putnam (1993) อ้างอิงใน Gonzalez-Alvarez และ Solis-Rodriguez (2011) ได้นิยามและสร้างแนวคิดทุนสังคมโดยมุ่งเน้นและให้น้ำหนักกับความสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ โดยมีความคาดหวัง ความไว้วางใจ และค่านิยมร่วมกัน ซึ่งทุนสังคมจะมีความหลากหลายและแตกต่างกันระหว่างชุมชน/กลุ่ม/เครือข่าย McGregor, Tweed และ Pech (2004) ได้ระบุรายละเอียดต่างๆ ของความสามารถ (Competencies) ของคนงานในระบบเศรษฐกิจที่อาศัยความรู้เป็นฐาน (The knowledge economy) ว่าประกอบด้วยความสามารถที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ

Bain และ Hicks (1998) อ้างอิงใน Liao และ Welsch (2005) ได้แบ่งทุนสังคม 3 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับจุลภาค (Micro Level) หรือระดับปัจเจก (Individual) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการรับรู้หรือเรียนรู้ (Cognitive Social Capital) ของบุคคลซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ (2) ระดับกลาง (Meso Level) เป็นทุนสังคมเชิงโครงสร้างโดยจะเน้นการสร้างความสัมพันธ์และลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีความ



หลากหลายลักษณะในการก่อตัวเป็นเครือข่ายหรือกระบวนการสร้างเครือข่าย และ (3) ระดับมหภาค (Macro Level) เป็นระบบเครือข่ายที่ฝังตัวอยู่เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ในระดับมหภาค รวมทั้งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายเป็นทุนสังคมที่เสริมการก่อตัวโครงสร้างเครือข่ายที่แฝงตัวอยู่ในระบบชาติและเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเครือข่ายดังกล่าว เช่น ความเป็นพลวัตของโครงสร้างเครือข่ายและการเคลื่อนย้ายเครือข่าย เป็นต้น

ในแง่ของการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการ ทุนสังคมมีความหมายรวมถึงเครือข่ายผู้ประกอบการ (Entrepreneurial network) ซึ่งหมายถึงกลุ่มของผู้ประกอบการที่มีการรวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ที่ท้องถิ่นเดียวกันและมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในอุตสาหกรรมการผลิตหรือบริการหนึ่งๆ ซึ่งเป็นแกนหลักทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการแข่งขันกันทางธุรกิจ เผชิญปัญหาหรือความท้าทายต่างๆ คล้ายกัน มารวมกลุ่มกันโดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันที่สำคัญคือเพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิตของบรรดาผู้ประกอบการทั้งหลายที่เกี่ยวข้องอยู่ในเครือข่ายนั้น ด้วยการประสานประโยชน์ระหว่างกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความคิด และประสบการณ์ระหว่างกัน รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่างๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ (Liao & Welsch, 2005)

ทุนสังคมและเครือข่ายผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างธุรกิจ McGregor และ Tweed (2002) กล่าวว่า ในกระบวนการการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ที่มีเครือข่ายย่อยสามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายดังกล่าวในการเข้าถึงทรัพยากรในการก่อตั้งธุรกิจได้มากกว่า การส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการจะมีผลทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ และพัฒนาไปสู่สังคมผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของประเทศในที่สุด เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social network) จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เริ่มจากการที่ผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยนปัญหา ความรู้ ข่าวสารต่างๆ อยู่เสมอ และร่วมกันแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ทำให้เกิดความสนิทสนม ยอมรับ และไว้วางใจกันมากขึ้น จนสามารถที่จะร่วมกันดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันจนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการมีธุรกิจต่อเนื่องต่างๆ เกิดขึ้นมาใหม่ในเครือข่ายผู้ประกอบการ Hills et al. (1997) อ้างอิงใน Liao และ Welsch (2005) กล่าวว่า ประเทศที่มีความเข้มแข็งทางทุนสังคม มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่างๆ มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า Larson (1991) อ้างอิงใน Gonzalez-Alvarez และ Solis-Rodriguez (2011) กล่าวว่า องค์ความรู้หรือประสบการณ์ต่างๆ จะสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในสังคมที่มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง

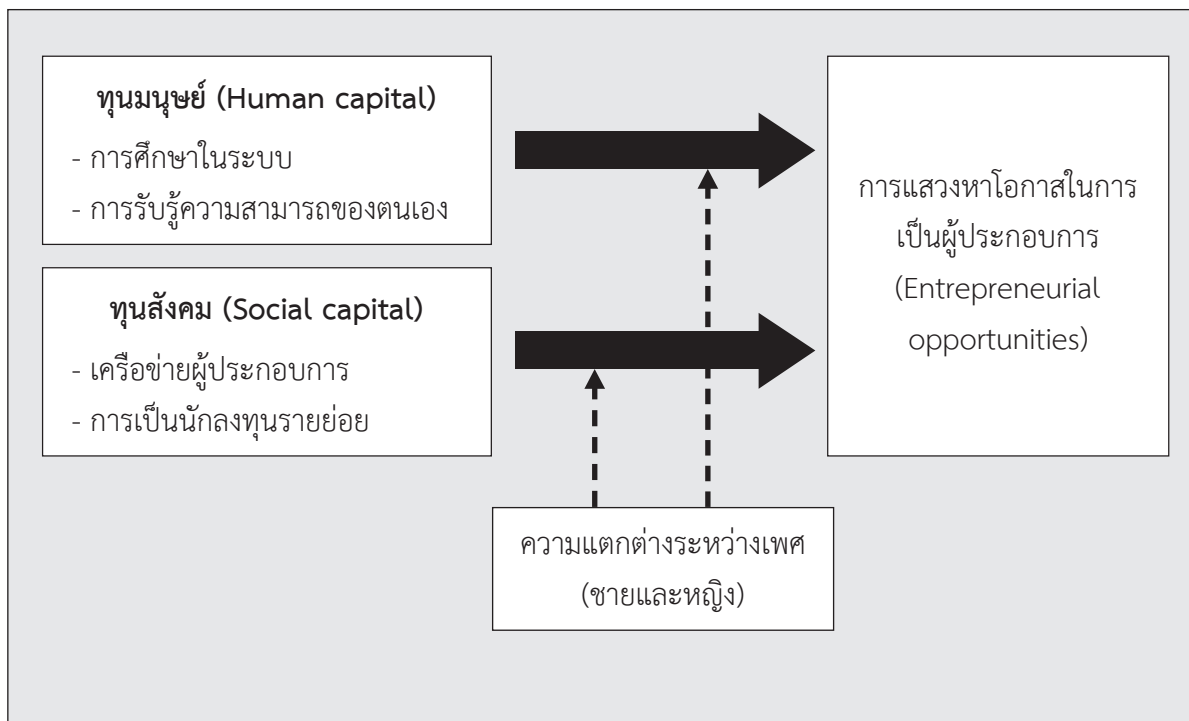
2.4 ความแตกต่างระหว่างเพศกับการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ

แนวคิดสตรีนิยม (Feminism) ให้ความสนใจที่เกี่ยวกับอิสรภาพส่วนบุคคล ครอบครัว รัฐบาล การกระจายอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศในทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรม รวมถึงการเรียกร้องให้มีการสร้างสมดุลใหม่ระหว่างเพศในนามของความมีมนุษยธรรมเดียวกันและเคารพในความแตกต่าง



ของกันและกัน แนวคิดสตรีนิยม (Feminism) กล่าวว่า ผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างในแง่ของการเรียนรู้ จากประสบการณ์ Johnsen และ McMahon (2005) กล่าวว่า เพศชายและหญิงมีวิธีการคิดและปฏิบัติที่แตกต่างกัน ในมุมมองของศาสตร์ความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการหญิงมองโลกผ่านมุมมองที่แตกต่าง และทำในสิ่งที่แตกต่างจากผู้ประกอบการชาย โดยไม่ใช่เพียงแต่ประเภทธุรกิจที่ทำ แต่รวมถึงวิธีการทำธุรกิจ การตัดสินใจและการปฏิบัติต่อคนรอบข้างในลักษณะที่แตกต่างจากผู้ชาย จากข้อมูลของโครงการวิจัย Global Entrepreneurship Monitor (Kelley, Brush, Greene, & Litovsky, 2013) พบตัวเลขภาพรวมที่น่าสนใจว่า ณ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการหญิงจำนวนประมาณ 126 ล้านคนทั่วโลกที่อยู่ในช่วงระยะแรกของการสร้างธุรกิจ เช่น กำลังพยายามริเริ่มก่อตั้งและดำเนินธุรกิจ ในขณะที่มีผู้ประกอบการหญิงอีกจำนวน 96 ล้านคนที่อยู่ในฐานะผู้ประกอบการที่มีธุรกิจที่มั่นคงดำเนินต่อไปได้แล้ว อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความเหลื่อมล้ำระหว่างเพศ และการเป็นผู้ประกอบการในบางทวีปและบางประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศปากีสถานที่แทบไม่มีสัดส่วนของผู้ประกอบการหญิงเลย สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นเพียง 1 ใน 6 ของประเทศทั่วโลกที่มีสัดส่วนผู้ประกอบการชายและผู้ประกอบการหญิงในอัตราที่ใกล้เคียงกัน โดยอีก 5 ประเทศที่มีอัตราส่วนผู้ประกอบการหญิงและชายใกล้เคียงกัน โดยเป็นประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน 2 ประเทศ คือประเทศอินโดนีเซียและประเทศฟิลิปปินส์ และอีก 3 ประเทศจากแถบแอฟริกา ได้แก่ ไนจีเรีย แซมเบียและบอสวานา โดยปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า ผู้ประกอบการหญิงมีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของโลกไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าผู้ชาย และทั่วโลกมีความตื่นตัวในการส่งเสริมและให้โอกาสสตรีในการริเริ่มดำเนินธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยและคำถามการวิจัยดังนี้ (1) ทักษะ (การศึกษาในระบบและการรับรู้ความสามารถของตนเอง) มีอิทธิพลทางบวกต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (2) ทักษะ (เครือข่ายผู้ประกอบการและการเป็นนักลงทุนรายย่อย) มีอิทธิพลทางบวกต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (3) ความแตกต่างระหว่างเพศ (ชายและหญิง) มีการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน (4) เพศชายและหญิงมีระดับทุนมนุษย์ที่แตกต่างกัน (5) เพศชายและหญิงมีระดับทุนสังคมที่แตกต่างกัน โดยความแตกต่างระหว่างเพศเป็นตัวแปรสอดแทรก (Intervening Variable) ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาผลกระทบต่อตัวแปรตามสำหรับงานวิจัยนี้ โดยกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลการวิจัยสำรวจ (Survey) กลุ่มตัวอย่างประชากรไทยในวัยทำงานอายุ 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมทำกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง โดยอาศัยข้อมูลจากสำรวจโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) ในปี 2557 โดยโครงการนี้ทางคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในฐานะมหาวิทยาลัยไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) และดำเนินการศึกษาโครงการดังกล่าวตั้งแต่ปี 2554 โดยสามารถมีสิทธิ์เข้าถึงและใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์เชิงวิชาการในประเทศไทย โครงการมีวัตถุประสงค์ศึกษาและประเมินระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ตลอดจนการประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการในประเทศ ทั้งในด้านทัศนคติ (Attitude) กิจกรรม (Activity) และความมุ่งหมาย (Aspiration) ของผู้ประกอบการ โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Survey: APS) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย และโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เวอร์ชัน 22.0 ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ

ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ (Adult Population Surveys: APS) ของโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) การสุ่มตัวอย่างโดยเริ่มจากการแบ่งพื้นที่ทำการศึกษาตามภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วยเขตพื้นที่

กรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตพื้นที่ชนบท ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ภาคเหนือ พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และพื้นที่ภาคใต้ โดยการแบ่งพื้นที่ภูมิศาสตร์ของเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตพื้นที่ชนบท แยกตามภูมิภาค สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดปทุมธานี พื้นที่ภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรีและจังหวัดราชบุรี พื้นที่ภาคเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพิษณุโลก พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดขอนแก่น พื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดสงขลาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี การเก็บข้อมูลภาคสนามในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และใช้วิธีการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรงในเขตพื้นที่ชนบท นอกจากนี้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ ใช้วิธีการคำนวณโดยการสุ่มเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนในแต่ละช่วงชั้นต่อจำนวนประชากรไทยทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้มาจากพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 406 ตัวอย่าง ภาคเหนือ 348 ตัวอย่าง ภาคกลาง 409 ตัวอย่าง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 640 ตัวอย่าง และภาคใต้ 256 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้

$$\text{การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ} = \beta_0 + \beta_1 \text{ ทุนมนุษย์} + \beta_2 \text{ ทุนสังคม} + \beta_3 \text{ เพศ} + \beta_4 \text{ อายุ} + \epsilon$$

ตัวแปรตาม (Dependent variable)

การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (Opportunity) เป็นตัวแปรตามในการศึกษารั้งนี้ ซึ่งถูกวัดจากข้อคำถามคือ “ท่านคิดที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจในระยะ 3 ปีข้างหน้าหรือไม่? (Whether they intend to start a business within 3 years?)” โดยมีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง (Dichotomous variable) กล่าวคือ มีการแปรค่าได้เพียงสองค่า (0 = ไม่, 1 = ใช่) โดยข้อคำถามดังกล่าวไม่เพียงแต่ระบุผู้ที่มองเห็นโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังสามารถสะท้อนถึงความตั้งใจที่จะกระทำบางอย่างเพื่อที่จะตอบสนองโอกาสดังกล่าวอีกด้วย

ตัวแปรต้น (Independent variables)

สำหรับตัวแปรต้นของสมการ มีรายละเอียด ดังนี้

ทุนมนุษย์

ตัวแปรทุนมนุษย์ (Human Capital) วัดจากสองตัวแปรจากแบบสอบถามของโครงการศึกษาสังคม ความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ซึ่งสะท้อนองค์ประกอบของทุนมนุษย์ ได้แก่ ระดับการศึกษาในระบบ (Education Level) และการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) โดยระดับการศึกษาในระบบ แบ่งเป็น 5 กลุ่มย่อย ได้แก่ ไม่มีการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่การรับรู้ความสามารถของตนเองถูกวัดจากข้อคำถามคือ “ท่านคิดว่าท่านมีความรู้ความสามารถ



รวมทั้งทักษะและประสบการณ์ที่จำเป็นในการที่จะเริ่มทำธุรกิจใหม่ ใช่หรือไม่? (Do you believe you have the required skill and knowledge to start a business?)” โดยมีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง (0 = ไม่, 1 = ใช่)

ทุนสังคม

ตัวแปรทุนสังคม (Social Capital) วัดจากสองตัวแปรจากแบบสอบถามของโครงการศึกษาสังคม ความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ซึ่งสะท้อนองค์ประกอบของทุนสังคม ได้แก่ เครือข่ายผู้ประกอบการ (Entrepreneurial network) ซึ่งถูกวัดจากข้อความ “คุณมีผู้ประกอบการที่คุณรู้จักเป็นการส่วนตัว ซึ่งได้เริ่มธุรกิจในช่วงสองปีที่ผ่านมาบ้างหรือไม่? (Whether you personally knew someone who had started a business in the last two years?)” มีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง (0 = ไม่, 1 = ใช่) และการเป็นนักลงทุนรายย่อย (Business angle) ซึ่งถูกวัดจากข้อความ “ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา คุณได้ให้เงินทุนของคุณกับผู้อื่นเพื่อไปลงทุนก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือไม่? (Have you, in the past three years, personally provided funds for a new business started by someone else, excluding any purchases of stocks or mutual funds?)” โดยมีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง (0 = ไม่, 1 = ใช่) โดยข้อความทั้งสองข้อความนี้มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายความเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นทุนสังคมที่สำคัญ

เพศ

ตัวแปรเพศมีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง (1 = ชาย, 2 = หญิง)

ตัวแปรควบคุม (Control variable) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดอายุเป็นตัวแปรควบคุม

โดยแบบจำลองสมการการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกสามารถเขียนได้ดังนี้

$$\text{การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ} = \beta_0 + \beta_1 \text{ระดับการศึกษา} + \beta_2 \text{การรับรู้ความสามารถของตนเอง} + \beta_3 \text{เครือข่ายผู้ประกอบการ} + \beta_4 \text{การเป็นนักลงทุนรายย่อย} + \beta_5 \text{เพศ} + \beta_6 \text{อายุ} + \epsilon$$

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ การแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ พร้อมทั้งสร้างสมการการถดถอยไปประมาณหรือทำนายค่าตัวแปรตาม วิธีการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนที่ต้องมีการแจกแจงแบบปกติ และไม่มีข้อกำหนดของความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกนำมาใช้เพื่อทำนายว่าจะเกิดเหตุการณ์หนึ่งขึ้นหรือไม่หรือมี โอกาสเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด โดยมีการกำหนดค่าตัวแปรตัวหนึ่งหรือหลายตัวที่คาดว่าจะส่งผลต่อการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกในการศึกษาเนื่องจากตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม โดยตัวแปรตามมีลักษณะเป็นตัวแปรแบ่งสอง

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลการสำรวจโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) ในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างประชากรไทยในวัยทำงานอายุ 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	1,045	50.8
หญิง	1,014	49.2
อายุ		
18-24 ปี	354	17.2
25-34 ปี	510	24.8
35-44 ปี	516	25.1
45-54 ปี	438	21.3
55-64 ปี	241	11.7
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถม	22	1.1
ประถมศึกษา	355	17.3
มัธยมศึกษา	354	17.2
ปวช. และ ปวส.	401	19.5
ปริญญาตรี	657	32.0
สูงกว่าปริญญาตรี	49	2.4
ภูมิภาค		
กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล	406	19.7
ภาคเหนือ	348	16.9
ภาคกลาง	409	19.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	640	31.1
ภาคใต้	256	12.4



จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีอายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.1 เมื่อพิจารณาระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 32.0 และอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 31.1

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

	Coefficient	Exp(B)	Wald
ทุนมนุษย์			
- ระดับการศึกษา	0.205***	1.228	7.519
- การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.576***	1.802	326.571
ทุนสังคม			
- เครือข่ายผู้ประกอบการ	0.788***	1.984	175.893
- การเป็นนักลงทุนรายย่อย	0.873***	2.382	158.252
เพศ	-0.218***	0.217	15.035
อายุ	-0.046***	0.048	316.223
R ² Cox and Snell			0.063
R ² Nagelkerke			0.183
Chi-square (X ²)			1,588.05 ***
Global percent of correct prediction			93.9

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001; ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01; * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

งานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เนื่องจากตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม โดยสามารถพิจารณาหรือตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองและความมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ได้จากสถิติค่า R² Cox and Snell และ Nagelkerke ซึ่งเป็นค่า R² เทียม (Pseudo R²) โดยเป็นค่าร้อยละที่สามารถอธิบายความแปรปรวนหรือความผันแปรในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก โดยปกติค่า R² Cox and Snell และ Nagelkerke มีค่าน้อยกว่า 1 เสมอ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) โดยจากผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษาในระบบและการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาจากค่าเอ็กซ์โพเนนเชียลเบต้า (Exp (B)) พบว่า ผู้รับรู้ความสามารถของตนเอง (ตอบใช้ในข้อคำถาม“ท่านคิดว่าท่านมีความรู้ความสามารถรวมทั้งทักษะและประสบการณ์ที่จำเป็นในการที่จะเริ่มทำธุรกิจใหม่ ใช่หรือไม่?”) มีแนวโน้มที่สูงกว่าผู้ไม่รับรู้ความสามารถของตนเองประมาณ 1.8 เท่า ในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ กล่าวคือ บุคคลที่มีทุนมนุษย์มากกว่ามีแนวโน้มที่จะแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า

เมื่อพิจารณาค่าสถิติในส่วนของทุนสังคม พบว่า เครือข่ายผู้ประกอบการและการเป็นนักลงทุนรายย่อย มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาจากค่าเอ็กซ์โพเนนเชียลเบต้า (Exp (B)) พบว่า ผู้มีเครือข่ายผู้ประกอบการ (ตอบใช่ในข้อคำถาม “คุณมีผู้ประกอบการที่คุณรู้จักเป็นการส่วนตัว ซึ่งได้เริ่มธุรกิจในช่วงสองปีที่ผ่านมาบ้างหรือไม่?”) มีแนวโน้มที่สูงกว่าผู้ไม่มีเครือข่ายในการทำธุรกิจประมาณ 1.98 เท่าในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ และผู้เป็นนักลงทุนรายย่อย (Business angle) (ตอบใช่ในข้อคำถาม “ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา คุณได้ให้เงินทุนของคุณกับผู้อื่นเพื่อไปลงทุนก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือไม่?”) มีแนวโน้มที่สูงกว่าผู้ไม่ใช่นักลงทุนรายย่อยประมาณ 2.38 เท่าในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ กล่าวคือบุคคลที่มีเครือข่ายผู้ประกอบการและมีการลงทุนรายย่อยแนวโน้มที่จะแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า

ตัวแปรเพศมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบและมีนัยสำคัญ สามารถสรุปได้ว่า เพศชายมีการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศหญิง โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเอ็กซ์โพเนนเชียลเบต้า (Exp (B)) พบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเพศชายประมาณร้อยละ 78.3 ในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ตัวแปรอายุมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบและมีนัยสำคัญ สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้มียุ่่น้อยกว่ามีการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มผู้มียุ่่นสูงกว่า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาอิทธิพลความแตกต่างระหว่างเพศในทุนมนุษย์และทุนสังคม ดังที่กล่าวข้างต้น ทุนมนุษย์ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกตได้ อันได้แก่ ระดับการศึกษาในระบบและการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในขณะที่ทุนสังคมประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกตได้ อันได้แก่ เครือข่ายผู้ประกอบการและการเป็นนักลงทุนรายย่อย โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับการศึกษาในระบบ โดยทำการวิเคราะห์ Independent Sample t-test ซึ่งจากผลการทดสอบดังตารางที่ 3 พบว่า ระดับการศึกษาในระบบโดยเฉลี่ยของเพศชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ Independent Sample t-test

ระดับการศึกษา (ร้อยละจากกลุ่มตัวอย่าง)	ชาย	หญิง
ต่ำกว่าประถม	0.3	1.9
ประถมศึกษา	24.3	31.4
มัธยมศึกษา	18.2	16.2
ปวช. และ ปวส.	20.9	18.0
ปริญญาตรี	33.5	30.5
สูงกว่าปริญญาตรี	2.7	2.1
Chi-square (X^2)	90.801	
ระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.000	



สำหรับตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเองของทุนมนุษย์ ตัวแปรเครือข่ายผู้ประกอบการและการเป็นนักลงทุนรายย่อยของทุนสังคม ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติการทดสอบของแมนและวิทนี (The Mann-Whitney U Test) ซึ่งจากผลการทดสอบดังตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเอง ค่าเฉลี่ยเครือข่ายผู้ประกอบการและค่าเฉลี่ยการเป็นนักลงทุนรายย่อยของเพศชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจากผลการทดสอบ สามารถสรุปได้ว่า เพศชายและหญิงมีระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเองของทุนมนุษย์ เครือข่ายผู้ประกอบการและการเป็นนักลงทุนรายย่อย

			Mann-Whitney test และ independent samples	
			เพศชาย	เพศหญิง
ค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.59	0.43	4.432×10^{-7}	0.000
ค่าเฉลี่ยเครือข่ายผู้ประกอบการ	0.42	0.32	4.773×10^{-7}	0.000
ค่าเฉลี่ยการเป็นนักลงทุนรายย่อย	0.07	0.04	5.152×10^{-7}	0.000

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกจำแนกตามเพศ

	เพศชาย		เพศหญิง	
	Coefficient	Wald	Coefficient	Wald
ทุนมนุษย์				
- ระดับการศึกษา	0.191 ***	13.821	0.212***	0.178
- การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.501 ***	210.245	0.698 ***	210.064
ทุนสังคม				
- เครือข่ายผู้ประกอบการ	0.731 ***	99.980	0.811 ***	83.984
- การเป็นนักลงทุนรายย่อย	0.801 ***	134.138	0.880 ***	25.173
อายุ	-0.045 ***	175.728	-0.049 ***	131.410
R ² Cox and Snell	0.064		0.050	
R ² Nagelkerke	0.178		0.176	
Chi-square (X ²)	926.58 ***		683.26 ***	
Global percent of correct prediction	94.3		94.6	

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001; ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01; * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกจำแนกตามกลุ่มเพศ เพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงของการศึกษารั้งนี้ ผลการทดสอบดังตารางที่ 5 โดยพบว่า ระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมยังคงมีอิทธิพลต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดดังตารางที่ 2

5. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษารั้งนี้ พบว่า ทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Davidsson และ Honig (2003), Shepherd และ DeTienne (2005), DeTienne และ Chandler (2007) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ระบบการศึกษาในระบบส่งผลให้บุคคลมีทักษะความสามารถที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ นอกจากนี้บุคคลที่รับรู้ความสามารถของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการยังมีแนวโน้มในการแสวงหาโอกาสในการประกอบธุรกิจมากกว่ากลุ่มที่ไม่รับรู้ความสามารถของตนเองซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Krueger, Reilly, และ Carsud (2000); Wilson, Marlino, และ Kickul (2004)

ทุนสังคมและเครือข่ายผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างธุรกิจ (McGregor & Tweed, 2002) เครือข่ายผู้ประกอบการช่วยให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้แพร่กระจายในสังคมแห่งความเป็นผู้ประกอบการ จากผลการศึกษาพบว่า ทุนสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Davidsson และ Honig (2003), Bhagavatula et al. (2010) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ทุนสังคมเป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมและเปิดโอกาสให้บุคคลเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการสร้างธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จำเป็นที่จะต้องส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การส่งเสริมกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ เพื่อเป็นการหาคู่ค้าที่จะทำตลาดในพื้นที่นั้นๆ ให้กับสินค้าของผู้ประกอบการโดยกิจกรรมส่งเสริมดังกล่าว ย่อมช่วยส่งเสริมให้คนไทยรับรู้โอกาสในการทำธุรกิจและเครือข่ายในการเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น

การศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศที่มีต่อการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ ทุนมนุษย์ และทุนสังคมของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ พบว่า เพศชายมีแนวโน้มการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีระดับทุนมนุษย์และทุนสังคมที่สูงกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chandler, Lyon, และ DeTienne (2005), DeTienne และ Chandler (2007) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการชายและหญิงมีวิถีคิด วิถีปฏิบัติ ที่แตกต่างกันในการริเริ่มธุรกิจใหม่ ในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการหญิงมองโลกผ่านมุมมองที่แตกต่างและทำในสิ่งที่แตกต่างจากผู้ประกอบการชาย โดยไม่ใช่เพียงแต่ประเภทธุรกิจที่ทำแต่รวมถึงวิธีการทำธุรกิจ การตัดสินใจและการปฏิบัติต่อคนรอบข้างในลักษณะที่แตกต่างจากผู้ชาย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ประการแรก การเพิ่มหลักสูตรการบ่มเพาะจิตวิญญาณผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับปฐมวัย โดยจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อการแสวงหาโอกาส



ในการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ภาคการศึกษาควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับการบ่มเพาะจิตวิญญาณผู้ประกอบการกับเยาวชนไทยตั้งแต่ระดับประถม มัธยมศึกษา การที่จะพัฒนาจะต้องเริ่มตั้งแต่การศึกษาขั้นต้นเพื่อที่จะให้เยาวชนไทยมีจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ รวมไปถึงการสร้างทัศนคติและทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ การอบรมความรู้การเป็นผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องทำอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยอาจเกี่ยวกับการศึกษาวิธีการเขียนแผนธุรกิจและนำเสนอแก่นาการที่ต้องการกู้เงิน โดยอาจเน้นการประเมินโอกาสทางการเงิน ทางการตลาด ทางผลิตภัณฑ์และบริการ ทางคู่แข่งในอุตสาหกรรม ประเมินความเสี่ยงของธุรกิจและวิธีการจดทะเบียนธุรกิจ พร้อมทั้งเอกสารและกฎระเบียบที่จำเป็นเพื่อการประกอบการ สำหรับส่วนการสร้างทัศนคติต้องเริ่มตั้งแต่ระดับเยาวชน เช่น การจัดโครงการอบรมผู้ประกอบการเยาวชน เพื่อสร้างความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกการค้าเงินธุรกิจและความรู้เชิงลึกด้านเศรษฐกิจการตลาด รวมถึงเป็นการปลูกฝังความคิดในการเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชนในการนำไปประกอบอาชีพสำหรับอนาคต ลักษณะการอบรมจะเน้นให้นักเรียนฝึกปฏิบัติ ไม่เน้นเพียงแค่ทฤษฎีการอบรมสอนพื้นฐานการทำธุรกิจ และการเขียนแผนธุรกิจฉบับย่อ การปลูกฝังทัศนคติให้กับเยาวชนถึงข้อดีของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ผู้ประกอบการสามารถประสบความสำเร็จได้โดยไม่จำกัดอายุ บางคนอาจจะเป็นเจ้าของธุรกิจได้ตั้งแต่อายุยังน้อย ขอเพียงมีความคิดสร้างสรรค์และมีศักยภาพในตัวเอง เป็นต้น

ประการที่สอง ควรมึนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมผู้ประกอบการในลักษณะรายสาขาหรือภูมิภาค ให้เด่นชัดขึ้น เพื่อเป็นการสร้างเสริมทุนสังคมและเครือข่ายผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการรายเล็กมีจุดด้อยหลายประการ ทั้งความสามารถด้านขีดความสามารถการแข่งขัน เงินทุน และกำลังผลิต เป็นต้น ดังนั้น แนวทางที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการรายเล็กมีความสามารถเพิ่มขึ้นแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่และคู่แข่งจากต่างประเทศได้ จำเป็นที่ต้องให้เกิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ระหว่างผู้ประกอบการรายเล็กทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อจะแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน โดยรัฐบาลควรกำหนดการช่วยเหลือให้เหมาะสมกับปัญหาเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมรายสาขาให้ชัดเจน อุตสาหกรรมใดที่มีการดำเนินกิจการโดยต่อเนื่องควรได้รับการช่วยเหลือและเสริมศักยภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น การช่วยเหลือในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การช่วยเหลือเงินทุนหมุนเวียน ดอกเบี้ยต่ำ การให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในระบบการค้าเสรี ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ในการส่งออกและการกีดกันทางการค้าของต่างประเทศ นอกจากนี้การขยายธุรกิจจำเป็นจะต้องพึ่งพานวัตกรรมต่างๆ เช่น นวัตกรรมการผลิตเพื่อลดต้นทุน นวัตกรรมสินค้าเพื่อเจาะตลาดใหม่ๆ ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็กอาจไม่มีเงินทุนมากพอที่จะทำการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเอง นโยบายของภาครัฐจำเป็นจะต้องเป็นส่วนช่วยเหลือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการรายเล็กเหล่านั้น เช่น นโยบายการถ่ายโอนความรู้จากภาครัฐและสถาบันการศึกษาไปสู่ภาคเอกชนรายย่อย นอกจากนี้ สำหรับประเทศไทย พบว่า การขยายฐานลูกค้าสู่ตลาดสากลยังมีไม่มาก ภาครัฐจำเป็นจะต้องทำการส่งเสริมผู้ประกอบการรายเล็กในการมุ่งสู่ตลาดสากล เช่น ในแถบประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการรายเล็กในการขยายธุรกิจคือ ไม่ทราบว่าจะหาตลาดต่างประเทศได้อย่างไร เนื่องจากผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เริ่มดำเนินธุรกิจจากการผลิตสินค้าแล้วจึงค่อยหาตลาดที่จะนำไปจำหน่าย ซึ่งหากเป็นตลาดภายในประเทศ



ก็อาจพอหาข้อมูลได้ แต่สำหรับการตลาดต่างประเทศ นโยบายรัฐและหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องส่งเสริมพร้อมทั้งเป็นหน่วยงานหลักในการเป็นสะพานเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยไปสู่เวทีระดับโลก

ประการที่สาม คือ การส่งเสริมการเข้าถึงเครือข่ายผู้ประกอบการให้กับกลุ่มผู้ประกอบการหญิง รวมทั้งจัดหาพี่เลี้ยงทางธุรกิจ (Mentor) ให้กับผู้ประกอบการใหม่ โดยองค์ความรู้และประสบการณ์ของผู้ทำธุรกิจมาก่อนในฐานะพี่เลี้ยงทางธุรกิจเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีมูลค่า ซึ่งผู้ประกอบการหญิงส่วนใหญ่มักขาดโอกาสที่จะเข้าถึงแหล่งพี่เลี้ยงทางธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการชาย นอกจากนี้ การส่งเสริมการศึกษาทั้งในและนอกระบบให้กับผู้ประกอบการหญิง การศึกษาถือเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ทุกๆ คนควรจะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกเรื่องเพศ อายุ เชื้อชาติ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการหญิงของไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มระดับการศึกษาโดยรวมที่สูงกว่าแต่ก่อน อย่างไรก็ตามระดับการศึกษาของผู้ประกอบการหญิงโดยรวมในประเทศไทยยังคงต่ำกว่าผู้ประกอบการชาย ในการที่จะพัฒนาประเทศไปข้างหน้า ความรู้และนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยผลักดันประเทศไทยไปสู่กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economy) โดยการศึกษาและการฝึกอบรมควรมุ่งเน้นในส่วนดังกล่าวทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการชายและหญิง

6. ข้อจำกัดของการศึกษาและงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจากโครงการ GEM ในปี พ.ศ. 2557 โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรไทยในวัยทำงานอายุ 18-64 ปี ที่มีส่วนร่วมทั้งกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 2,059 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้อธิบายการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในกระบวนการเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยเท่านั้น โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยอาจศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เนื่องจากโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) มีประเทศสมาชิกกว่า 70 ประเทศทั่วโลก อีกทั้งงานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาและรายงานผลในลักษณะการวิจัยติดตามระยะยาว (Longitudinal study) เพื่อศึกษาแนวโน้มและความแตกต่างของการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในกระบวนการผู้ประกอบการของไทยเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). **ส่วนที่ 01: สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2556 และปี 2557**. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2557>
- Bateman, T. S., & Snell, S. (2011). **Management: Leading & collaborating in a competitive world**. McGraw-Hill/Irwin.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., van Tilburg, A., & van de Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. **Journal of Business Venturing**, 25(3), 245-260.
- Bosma, N., Wennekers, S., & Amorós, J. E. (2012). **Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe**. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Chandler, G. N., Lyon, D. W., & Detienne, D. R. (2005). ANTECEDENTS AND EXPLOITATION OUTCOMES OF OPPORTUNITY IDENTIFICATION PROCESSES. In **Academy of Management Proceedings**, 1, J1-J6.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. **Journal of business venturing**, 18(3), 301-331.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future. **Entrepreneurship theory and Practice**, 25(4), 81-100.
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. **Entrepreneurship theory and practice**, 30(1), 41-56.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. **Academy of Management Learning & Education**, 3(3), 242-257.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2007). The role of gender in opportunity identification. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31(3), 365-386.



- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. **Journal of management**, 29(3), 333-349.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. **Small business economics**, 16(2), 95-111.
- Gonzalez-Alvarez, N., & Solis-Rodriguez, V. (2011). Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective. **Industrial Management & Data Systems**, 111(5), 755-775.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2000). **The role of social capital in financial development (No. w7563)**. National bureau of economic research.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Developing a coherent enterprise support policy: a new challenge for governments. **ENVIRONMENT AND PLANNING C**, 21(1), 3-20.
- Humphrey, J. (2003). **Opportunities for SMEs in developing countries to upgrade in a global economy**. International Labour Office.
- Johnsen, G. J., & McMahon, R. G. (2005). Owner-manager gender, financial performance and business growth amongst SMEs from Australia's business longitudinal survey. **International Small Business Journal**, 23(2), 115-142.
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P., and Litovsky, Y. (2013). **Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Women's Report**. Boston: The Center for Women's Leadership at Babson College and London Business School.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). **Competing models of entrepreneurial intentions**. **Journal of business venturing**, 15(5), 411-432.
- Liao, J., & Welsch, H. (2005). Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications. **Journal of small business management**, 43(4), 345-362.
- McGregor, J., & Tweed, D. (2002). Profiling a new generation of female small business owners in New Zealand: Networking, mentoring and growth. **Gender, Work & Organization**, 9(4), 420-438.
- McGregor, J., Tweed, D., & Pech, R. (2004). **Human capital in the new economy: devil's bargain?** **Journal of Intellectual Capital**, 5(1), 153-164.
- Meh, C. A. (2005). Entrepreneurship, wealth inequality, and taxation. **Review of Economic Dynamics**, 8(3), 688-719.
- North, D. (2005), **Understanding the Process of Economic Change**. Princeton University Press, Princeton, NJ.



- Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. **Journal of business venturing**, 22(2), 174-192.
- Nureev, R. M. (2010). Human capital and its development in present-day Russia. **Russian Education & Society**, 52(3), 3-29.
- Ruzzier, M., & Antoncic, B. (2007). SOCIAL CAPITAL AND SME INTERNATIONALIZATION: AN EMPIRICAL EXAMINATION. **Transformation in Business & Economics**, 6(1).
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2002). Using social cognitive career theory to predict self-employment goals. **New England Journal of Entrepreneurship**, 5(2), 8.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. **Organization science**, 11(4), 448-469.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, 25(1), 217-226.
- Shepherd, D. A., & DeTienne, D. R. (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. **Entrepreneurship theory and practice**, 29(1), 91-112.
- Wilson, F., Marlino, D., & Kickul, J. (2004). Our entrepreneurial future: Examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 9(3), 177-197.

Translated Thai Reference

- Vanichbuncha, K. (2008). **Advanced Statistical Analysis Using SPSS For Windows**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Vanichbuncha, K. (2009). **Multivariate Analysis**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- OSMEP. (2015). **The white paper on small and medium enterprises of Thailand in 2013 and 2014**. Retrieved from <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2557>