

การพัฒนาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ของคุณลักษณะความเป็น
ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย*
DEVELOPING CHARACTERISTIC PROACTIVE YOUNG ENTREPRENEURSHIP ELEMENTS
AND BEHAVIORAL INDICATORS AMONG HIGH SCHOOL LEARNERS

วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ*, มารุต พัฒนาผล, ดนุลดา จามจური

Weeraphon Keawphunuum*, Marut Patphol, Danulada Jamjuree

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Graduated School, Srinakarinwrit University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: Kaitong050835@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 2) พัฒนาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นวิจัยแบบผสมผสาน ดำเนินการวิเคราะห์เอกสารจากการศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี ผ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการทางธุรกิจ (Entrepreneur) และความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) จากนั้นนำมาสังเคราะห์ร่วมกับพฤติกรรมเชิงรุก (Proactive Behavior) ผ่านการสืบค้นจากฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ Google Scholar ฐานข้อมูล SCOPUS ฐานข้อมูล ThaiLIS ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และหลักสูตรการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับเยาวชนทั้งในและต่างประเทศโดยสืบค้นในช่วงปี ค.ศ. 1990 - 2023 จำนวน 28 ฉบับและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยดำเนินการสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ผ่านผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 คน จากนั้นนำผลการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์ร่วมกับผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สรุปคุณลักษณะและองค์ประกอบ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าดัชนีอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 มีความสอดคล้องในระดับดีมาก รวมทั้งข้อเสนอแนะความคิดเห็นมาเพื่อการปรับปรุง สรุปผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง การเข้าใจคุณลักษณะและทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เข้าใจความสามารถและความสนใจของตนเอง แสวงหาโอกาสตามสถานการณ์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบแผนการทำงานที่มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ออกแบบการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ออกแบบคุณค่าผ่านตัวตน ประกอบด้วย 3 พฤติกรรมบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2 การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ประกอบด้วย 3 พฤติกรรมบ่งชี้ และ องค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง ประกอบด้วย 2 พฤติกรรมบ่งชี้

คำสำคัญ: คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก, ตัวชี้วัดพฤติกรรม, ผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ

Abstracts

The objectives of this research are as follows: 1) to develop proactive young entrepreneurship characteristics (PYEC); 2) to develop behavioral indicators among high school students. Data was gathered from business operator-related concepts, theories, document analysis, and research. Entrepreneurship was synthesized with proactive behavior by searching the databases Google Scholar, SCOPUS, and ThaiLIS, as well as online graduate theses and domestic and international youth entrepreneurship development courses from 1990 to 2023. 28 issues were repertoried. In addition, in-depth interviews were conducted until the data was saturated, validated by 12 experts. Characteristics and elements were synthesized and index of item objective congruence (IOC) analyzed. Results were an index value between 0.60 - 1.00 or very good consistency level, including suggestions and opinions. These findings imply that high school learner PYEC requires understanding successful entrepreneurial characteristics and attitudes, personal abilities and interests, seeking contextual opportunities, self-confidence, creativity, and designing a work plan with guidelines to prevent future risks. Effective communication design consists of three elements: 1) three behavioral indicators designing value through identity; 2) three behavioral indicators creating new ideas ; and 3) two behavioral indicators conveying powerful communication.

Keyword: Proactive Young Entrepreneurship Characteristics (PYEC), Behavioral Indicators, High School Students, Business Operator-Related Concepts

บทนำ

ทักษะความเป็นผู้ประกอบการเป็นทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งให้เกิดขึ้นในทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ท่ามกลางโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นตั้งแต่ในระดับเยาวชนจึงมีความสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเห็นโอกาสในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นได้ท่ามกลางการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงยังผลไปสู่การพัฒนาเป็นอาชีพได้ ในปัจจุบันพบว่าบุคคลที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการมีช่วงอายุต่ำลงเรื่อย ๆ (Paul, J. & Shrivatava, A., 2016) ซึ่งมักจะอยู่ในช่วงเยาวชนที่สร้างงานที่หลากหลาย เกิดเป็นกระแสการจ้างงานเยาวชนในปัจจุบันที่มีระยะการจ้างสั้นและไม่ผูกมัดกับองค์กร หรือเรียกว่าเป็น “Gig economy (ระบบการจ้างงานชั่วคราว)” (นิภาพรรณ เจนสันติกุล, 2564) ที่สามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายอาชีพมากขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ในทศวรรษที่ผ่านมาจึงพบว่ามีงานศึกษาด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับเยาวชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการพบว่าสามารถพัฒนาได้ตามช่วงอายุของบุคคลเป็น 3 ระยะ ระยะที่ 1 ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น (pre entrepreneur) อยู่ในช่วงอายุ 15 - 19 ปี เป็นระยะที่บุคคลเริ่มต้นสนใจเรียนรู้คุณลักษณะและทัศนคติของผู้ที่ประสบความสำเร็จมองเห็นโอกาสจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีแรงจูงใจในการสร้างแนวคิดที่มีคุณค่า มีการวางแผนอย่างรอบคอบค้นพบความสามารถหลักของตนเอง โดยสามารถประยุกต์และเชื่อมโยงหลักการสำคัญสู่การปฏิบัติจริงได้โดยหาความเป็นไปได้ผ่านการประเมินทางเลือกที่สร้างขึ้น สร้างแนวทางการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นแนวคิดได้ ระยะที่ 2 เรียนรู้เพื่อเติบโต (budding entrepreneur) อยู่ในช่วงอายุ 20 - 25 ปี เป็นระยะที่ผ่านการเรียนรู้จากขั้นเริ่มต้น เป็นระยะที่บุคคลเข้าสู่ตลาดใหม่และต้องเผชิญกับสถานะการแข่งขันทางธุรกิจ ระยะที่ 3 การคงอยู่ (emergent entrepreneur) อยู่ในช่วงอายุ 26 - 29 ปี เป็นระยะที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ

มากกว่าในระยะแรกและระยะที่สอง ในระยะนี้บุคคลจำเป็นต้องใช้ทักษะที่หลากหลายเพื่อให้รอดทั้งการขยายตลาด การเรียนรู้และปรับตัวในการใช้เทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างแนวร่วมทางธุรกิจที่ดี (UNCTAD, U., 2012); (Wilson-Clark, G. & Saha, S., 2019); (สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิชญางกูร, 2561) ซึ่งการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ในระยะที่ 1 หรือระยะเริ่มต้นจึงมีความสำคัญเพื่อให้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ มุมมองอนาคตและอาชีพที่จะก่อตัวขึ้นในระยะนี้ (Chigunta, F., 2002) การสร้างพื้นฐานที่ดีจึงสำคัญต่อการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นได้ตั้งแต่ในระยะเริ่มต้นซึ่งในงานศึกษาค้นคว้าใช้คำว่า “ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์” หรือ “Young Entrepreneurship” ดังนั้นการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์หรือในระยะที่ 1 อย่างชัดเจนนั้นจะช่วยให้เห็นคุณลักษณะ องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะดังกล่าวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงที่มีความรุนแรงตัวแปรหนึ่งที่ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ คือ พฤติกรรมเชิงรุก (Proactive Behavior) ที่คุณลักษณะสำคัญไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมเท่านั้น หากแต่มีงานวิจัยสนับสนุนว่ามีส่วนในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้มากขึ้นด้วยและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรเกิดใหม่ (Becherer, R. C. & Maurer, J. G., 1999); (Crant, J. M., 1996) ที่การเริ่มต้นมีอุปสรรคในการดำเนินการอย่างมากทั้งข้อจำกัดในเชิงทรัพยากร การวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการรับรู้โอกาสภายนอก การตัดสินใจเลือกกลุ่มตลาดและการรักษาความสม่ำเสมอในการอยู่รอด โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างมีเป้าหมายเพื่อสร้างคุณค่าที่อาศัยข้อมูลเพื่อการวางแผนสร้างทางเลือกเพื่อการตัดสินใจและการคาดการณ์อนาคตมากกว่าการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม โดยสามารถสื่อสารการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและการทำงานไปสู่ผู้อื่นได้ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นพลวัตทางธุรกิจปัจจุบัน (Bateman, T. S. & Crant, J. M., 1993); (Covey, S. R. & Victory, I. P., 2004) มีการแสวงหาโอกาสรอบตัวและสร้างช่องทางในการพัฒนามูลค่า ผักฝันพัฒนาตนเองอยู่เสมอ สนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของผู้ประกอบการ (UNCTAD, U., 2012); (Becherer, R. C. & Maurer, J. G., 1999); (Crant, J. M., 1996) ความเป็นอิสระและสร้างสรรค์ได้ตามความสนใจของตนเอง และยังเหมาะสมกับช่วงวัยของบุคคลในเจนเนอเรชันซี (Generation Z) ที่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการสูง ต้องการเป็นนายตัวเองและเกิดมาท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่มีความรุนแรง

ดังนั้น ผลการสังเคราะห์คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกที่มาจากการสังเคราะห์ร่วมกันของสองแนวคิด ได้แก่ แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์และแนวคิดพฤติกรรมเชิงรุกจะมีส่วนสำคัญในการช่วยยกระดับแนวคิดในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ในระดับเยาวชน ซึ่งมีส่วนสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการศึกษาและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในการนำเอาไปออกแบบวิธีการพัฒนาและการประเมินผู้เรียนได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อพัฒนาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การสังเคราะห์คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกจากการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์และแนวคิดพฤติกรรมเชิงรุกมาสังเคราะห์ร่วมกันผ่านแบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสารที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยการสกัดข้อมูล (Data Extraction) อย่างเป็นระบบ มีการตั้งเกณฑ์การคัดเลือกแหล่งข้อมูล คือ ต้องเป็นงานเขียนที่มีความริเริ่ม (Originality) เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำข้อมูลมาจัดกลุ่ม เชื่อมโยงเปรียบเทียบและตีความแบบอุปนัย (Inductive) เพื่อสังเคราะห์และสร้างข้อสรุปคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนำมากำหนดประเด็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ดำเนินการสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 1 - 31 กรกฎาคม 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting ซึ่งกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ 1) เป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง อายุธุรกิจไม่เกิน 5 ปี และ 2) ผู้สอนที่จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งสิ้น 12 คน

ระยะที่ 2 การสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อยืนยันคุณลักษณะของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

มีลำดับการดำเนินงานดังนี้

1. การศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกจากขั้นตอนที่ 1 มาร่างแนวทางการสัมภาษณ์และตรวจสอบ แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะโดยใช้เทคนิคการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ จากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ 1) เป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง ผลประกอบการเติบโต อายุธุรกิจไม่เกิน 5 ปี หรือ 2) เป็นผู้สอนหรือจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. ผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้พิจารณาประเมินควบคู่กับการตรวจสอบแก้ไขและให้ข้อเสนอแนะในรูปแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยดำเนินการในระหว่างเดือน สิงหาคม 2566

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน ประเมินเป็นรายข้อ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำมาเทียบกับเกณฑ์การแปลผล ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

4. นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดขององค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการในเดือนกันยายน 2566

มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมากเหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย และเหมาะสมน้อยที่สุด เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก

ระยะที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบ และพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 คน รวมเป็น 5 คน ได้ค่าวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ระหว่าง 0.80 - 1.00 อยู่ในระดับสอดคล้อง รวมทั้งนำข้อเสนอแนะความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกมาปรับปรุงแก้ไข

ผลการวิจัย

การพัฒนาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยระยะที่ 1 การสังเคราะห์คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก

แหล่งข้อมูลเอกสารประกอบด้วย เอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาผ่านการนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจ (Entrepreneur) และความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) นำมาสังเคราะห์ร่วมกับพฤติกรรมเชิงรุก (Proactive Behavior) เพื่อสร้างเป็นคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก ผ่านการสืบค้นจากฐานข้อมูล Google Scholar ฐานข้อมูล SCOPUS ฐานข้อมูล ThaiLIS ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และหลักสูตรการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับเยาวชนทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้วิธีการสืบค้นภาษาไทย ได้แก่ คำว่า “ผู้ประกอบการ” “ความเป็นผู้ประกอบการ” “ผู้ประกอบการเยาวชน” “ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์” “คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ” “พฤติกรรมเชิงรุก” “คุณลักษณะพฤติกรรมเชิงรุก” “พฤติกรรมเชิงก้าวหน้า” และ “ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก” จากการสืบค้นคำภาษาอังกฤษ ได้แก่ คำว่า “Entrepreneur” “Entrepreneurship” “Youth Entrepreneurship” “Student Entrepreneurship” “Youth Entrepreneur” “Student Entrepreneur” “Proactive Behavior” “Proactive Entrepreneur” และ “Proactive Entrepreneurship” โดยสืบค้นในช่วงปี ค.ศ. 1990 - 2023 จำนวน 28 ฉบับ

จากนั้นนำข้อมูลจากการสังเคราะห์เกี่ยวกับความหมายและองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกมากำหนดประเด็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำไปสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ผ่านผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 คน ซึ่งกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ 1) เป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง ผลประกอบการเติบโต อายุธุรกิจไม่เกิน 5 ปี ผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน และ 2) ผู้สอนที่จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 7 คน สังเคราะห์ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการสังเคราะห์นิยาม องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

นิยามที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร	นิยามที่ได้จากการสัมภาษณ์	นิยามที่ปรับสำหรับงานวิจัย
ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก หมายถึง การมีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ค้นพบความสามารถและความสนใจของตนเอง แสวงหาโอกาสจาก	ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก หมายถึง การแสดงออกถึงความสนใจในการเริ่มต้นในการทำธุรกิจ สามารถนำเอาความสนใจมาสร้างมูลค่าและมีมุมมองที่ดีต่อการทำ	ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง การเข้าใจคุณลักษณะและทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เข้าใจความสามารถและความสนใจของตนเอง

ตารางที่ 1 แสดงการสังเคราะห์นิยาม องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

นิยามที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร	นิยามที่ได้จากการสัมภาษณ์	นิยามที่ปรับสำหรับงานวิจัย
<p>สถานการณ์ต่าง ๆ คาดการณ์ไปสู่อนาคต ใช้ข้อมูลที่มีเหตุผลมาออกแบบแผนการทำงาน และประเมินการทำงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง สื่อสารแบบจำลองทางธุรกิจได้อย่างน่าสนใจ</p> <p>องค์ประกอบที่ 1 มุ่งมั่นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การมีทัศนคติที่ดีและแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีความเป็นตัวของตัวเอง กล้าเผชิญความเสี่ยง สามารถวิเคราะห์สถานการณ์รอบตัว การคาดการณ์ไปสู่อนาคต เปิดรับข้อมูลป้อนกลับและการประเมินจุดแข็งจุดอ่อนอย่างสม่ำเสมอ</p>	<p>ธุรกิจ มีความไวต่อ การเปลี่ยนแปลง เปิดรับการเรียนรู้ใหม่ ๆ มีความกล้าเสี่ยงและมีความคิดสร้างสรรค์ มีความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถสื่อสารแนวคิดของตนเองออกมาได้อย่างมีคุณค่า</p> <p>องค์ประกอบที่ 1 ด้านการรู้จักตนเอง หมายถึง การวิเคราะห์ตนเอง รู้จักความชอบ ความถนัด ความสนใจของตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง ออกแบบแนวคิดโดยต่อยอดจากต้นทุนที่ตนเองมี</p>	<p>แสวงหาโอกาสตามสถานการณ์ มีความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบแผนการทำงานที่มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ออกแบบการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปิดรับการเรียนรู้ใหม่ ๆ</p> <p>องค์ประกอบที่ 1 มุ่งมั่นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การมีทัศนคติที่ดีและแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีประเมินตนเอง สามารถออกแบบคุณค่าที่สอดคล้องกับต้นทุนที่ตนเองมี วิเคราะห์สถานการณ์รอบตัวและคาดการณ์ไปสู่สถานการณ์ในอนาคต สามารถระบุพฤติกรรมบ่งชี้ได้ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) วิเคราะห์ตนเองและระบุความสนใจและความถนัดของตนเอง 2) มีความกล้าแสดงออกแสดงความคิดเห็น การพูด การกระทำในสถานการณ์ต่าง ๆ 3) เพิ่มคุณค่าให้กับความชอบความสนใจของตนเอง 4) การวิเคราะห์สถานการณ์และคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
<p>องค์ประกอบที่ 2 สร้างแนวคิดเพื่อการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การออกแบบแผนการทำงานสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น</p> <p>แสวงหาโอกาสตามสถานการณ์ มีความรับผิดชอบ วิเคราะห์ทรัพยากรที่จำเป็นต่อเป้าหมายที่วางไว้ แสวงหากnowledgeเพิ่มเติมในประเด็นที่ตนเองสนใจ</p>	<p>องค์ประกอบที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หมายถึง การคิดหลากหลายมุมมอง ริเริ่มใช้ความต้องการของตลาดมาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า</p> <p>องค์ประกอบที่ 3 ด้านการแสวงหาโอกาสในตลาด หมายถึง การประเมินสถานการณ์รอบตัว วิเคราะห์และค้นหาความต้องการของตลาดได้อย่างมีเหตุผล แบ่งส่วนตลาด ค้นหากลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง</p>	<p>องค์ประกอบที่ 2 สร้างสรรค์แนวคิดใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการตลาด หมายถึง มีการคิดที่หลากหลายมุมมอง ริเริ่มนำเสนอสิ่งใหม่ให้กับตลาด ใช้ความต้องการของตลาดเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวคิด ปรับเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องตามสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีส่วนสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายและประยุกต์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจ สามารถระบุพฤติกรรมบ่งชี้ได้ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การออกแบบแนวคิดที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ และมีแผนป้องกันความเสี่ยง 2) แสวงหาโอกาสจากสถานการณ์รอบตัว 3) วิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแบ่งส่วนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน 4) วิเคราะห์และระบุทรัพยากรที่มีความจำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมาย

ตารางที่ 1 แสดงการสังเคราะห์นิยาม องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

นิยามที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร	นิยามที่ได้จากการสัมภาษณ์	นิยามที่ปรับสำหรับงานวิจัย
องค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง หมายถึง การออกแบบการสื่อสารตามสถานการณ์ สามารถเจรจาต่อรอง โน้มน้าวใจ และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อเป้าหมาย	องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสื่อสาร หมายถึง การนำเสนอแนวคิดมา ออกแบบการสื่อสารได้อย่าง น่าสนใจ และปรับการสื่อสารให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และสถานการณ์	5) มีความรับผิดชอบ ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ตามขั้นตอนและสามารถปรับเปลี่ยนแผนได้ตามสถานการณ์ องค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง หมายถึง การนำเสนอแนวคิดมาออกแบบการสื่อสารได้อย่าง น่าสนใจ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย สามารถเจรจาต่อรอง สามารถใช้การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมาย 1) นำแนวคิดมาออกแบบการสื่อสารได้อย่าง น่าสนใจ 2) สื่อสารได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย 3) มีทักษะการเจรจาต่อรอง 4) มีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นคล้อยตามไปกับแนวคิดที่พัฒนาขึ้น 5) สื่อสารเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมที่เกี่ยวข้องสู่การบรรลุเป้าหมาย

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 มุ่งมั่นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ มีพฤติกรรมบ่งชี้ 4 รายการ องค์ประกอบที่ 2 สร้างสรรค์แนวคิดใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการตลาด มีพฤติกรรมบ่งชี้ 5 รายการ และองค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง มีพฤติกรรมบ่งชี้ 5 รายการ เพื่อนำเอาพฤติกรรมบ่งชี้ที่กำหนดขึ้นเหล่านี้ไปใช้ในการสร้างรายการประเมินของแบบประเมินความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกต่อไป

ผลการวิจัยระยะที่ 2 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อยืนยันคุณลักษณะของผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการตรวจสอบยืนยันผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก โดยให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. นิยามความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก พบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับนิยามความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมให้แก้ไข ดังนี้ “...ในองค์ประกอบมีการกล่าวถึงความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง อยากให้เพิ่มให้เห็นมิตินี้ในนิยามด้วย...” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1, 2566) และ “...เปิดรับการเรียนรู้ใหม่ ๆ ในตอนท้ายนิยามดูกว้างมากไป อยากให้ระบุให้ชี้ชัดเจน โดยอาจใช้คำว่า การสนใจเรียนรู้ประเด็นทางธุรกิจที่สนใจเพื่อให้ขอบเขตชัดเจนมากขึ้น...” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4, 2566)

2. องค์ประกอบที่ 1 “...อยากให้ปรับจากคำว่า มุ่งมั่นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ เป็น “ออกแบบคุณค่าผ่านตัวตน จะชัดเจนมากกว่า...” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1, 2566); (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4, 2566) “...ต้อง

มากกว่าการค้นพบตนเองแต่ต้องไปสู่การสร้างโอกาสให้กับตัวเองได้...” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3, 2566) “...นำเสนอว่า นอกจากวิเคราะห์ตนเองควรเขียนให้เห็นว่าสอดคล้องกับสถานการณ์ด้วย...” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3, 2566); (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5, 2566)

3. องค์ประกอบที่ 2 “เสนอให้ปรับชื่อเป็น “สร้างสรรค์แนวคิดใหม่” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1, 2566) “ควรเพิ่มมุมมองการป้องกันความเสี่ยง” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3, 2566) และการวิเคราะห์ที่ได้มานั้นจำเป็นจะต้องมี ข้อมูลที่มีเหตุผลรองรับ และ “นำเสนอว่าการมีแนวทางที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายเข้าไปด้วย” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4, 2566)

4. องค์ประกอบที่ 3 “...การสื่อสารมีความสำคัญกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่มาก เพราะความเป็นไปได้ของธุรกิจใหม่ ๆ แนวคิดใหม่ ๆ จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นตัวสร้างความเข้าใจ (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1, 2566) “ถ้าเป็นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายการเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมอาจเป็นเรื่องยากรวมทั้งพฤติกรรม บ่งชี้การสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคม อาจเกิดขึ้นได้ยากในระดับนี้ โดยที่มีพฤติกรรมบ่งชี้ด้านสื่อสารได้ อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย ก็เพียงพอแล้ว (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2, 2566); (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4, 2566) “...การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจอาจจะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว หากเป็นระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายการสื่อสารแนวคิดเพื่อสร้างความเข้าใจจะเหมาะสมกว่า รวมทั้งทักษะการเจรจาต่อรองคิด ว่าในระยะเริ่มต้นยังไม่เกิดขึ้น ควรมุ่งไปที่การนำเสนอได้อย่างสอดคล้องกลุ่มเป้าหมายและความคิดสร้างสรรค์ใน การออกแบบการสื่อสารจะเหมาะสมกว่า (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4, 2566)

จากข้อเสนอแนะดังกล่าวผู้วิจัยได้ปรับปรุงนิยามและองค์ประกอบความเป็นผู้ประกอบการรุ่น เยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากการสัมภาษณ์อ้างอิงผู้เชี่ยวชาญและนำไปตรวจสอบความตรง เจริญเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบ และพฤติกรรมบ่งชี้ ในลำดับต่อไป

ผลการวิจัยระยะที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบ และพฤติกรรม บ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุก

ตารางที่ 4 แสดงผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

รายละเอียด	ค่า IOC	แปลผล
ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง การเข้าใจคุณลักษณะและทัศนคติ ความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เข้าใจความสามารถและความสนใจของตนเอง แสวงหาโอกาสตามสถานการณ์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบแผนการทำงานที่มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ออกแบบการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ		
องค์ประกอบที่ 1 การออกแบบคุณค่าผ่านตัวตน หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้เรียนถึง ความสามารถในการออกแบบแนวคิดทางธุรกิจตามสิ่งที่ตนสนใจ ผ่านต้นทุนที่ตนเองมี สอดคล้องกับ สถานการณ์ที่เป็นไปได้ในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ	1.00	สอดคล้อง
1.1 สามารถออกแบบแนวคิดทางธุรกิจที่สอดคล้องกับต้นทุนที่ตนเองมี	1.00	สอดคล้อง
1.2 สามารถออกแบบแนวคิดทางธุรกิจได้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น	1.00	สอดคล้อง
1.3 สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแนวคิดทางธุรกิจที่พัฒนา	0.80	สอดคล้อง
องค์ประกอบที่ 2 สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้เรียนถึง ความสามารถในการประเมินสิ่งที่ได้พัฒนาขึ้น นำไปสู่การได้กระบวนการที่หลากหลาย ความเป็นไป ได้ในรูปแบบใหม่ ๆ คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีความเข้าใจใน ความเป็นผู้ประกอบการ	1.00	สอดคล้อง
2.1 สามารถประเมินคุณค่าของสิ่งที่ออกแบบบนหลักฐานเชิงประจักษ์	1.00	สอดคล้อง
2.2 สามารถออกแบบทางธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย	1.00	สอดคล้อง
2.3 สามารถระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต	1.00	สอดคล้อง

ตารางที่ 4 แสดงผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของความหมาย องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้
ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

รายละเอียด	ค่า IOC	แปลผล
2.4 สามารถวิเคราะห์ความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้	1.00	สอดคล้อง
องค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้เรียนถึงความสามารถในการนำเสนอสิ่งที่พัฒนาขึ้นได้อย่างมั่นใจ มีนำเสนอและความเหมาะสมกับสถานการณ์ โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจในสิ่งที่พัฒนาขึ้น	1.00	สอดคล้อง
3.1 สามารถสื่อสารที่โน้มน้าวใจผู้อื่นให้เห็นด้วยกับแนวคิดทางธุรกิจที่ตนพัฒนาขึ้น	0.80	สอดคล้อง
3.2 สามารถเลือกเทคนิคการนำเสนอมาใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์	1.00	สอดคล้อง
3.3 สามารถสื่อสารแนวคิดทางธุรกิจที่ตนพัฒนาขึ้นอย่างมั่นใจ	1.00	สอดคล้อง

จากตารางที่ 4 พบว่านิยาม องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมดอยู่ในระดับสอดคล้อง ส่วนใหญ่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 โดยมีข้อที่ 1.3 และ 3.1 ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.80

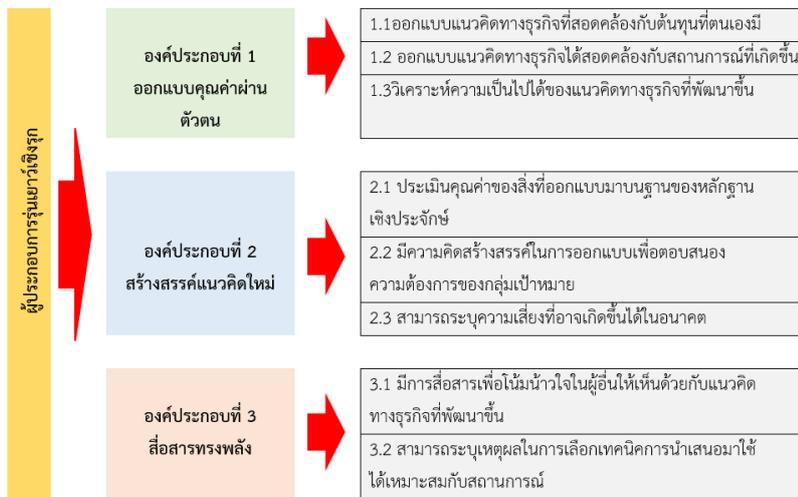
อภิปรายผล

การพัฒนาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในครั้งนี้ได้จากการสังเคราะห์เชิงเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อยืนยันนิยาม องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้จากนั้นนำมาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกนั้นประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ออกแบบคุณค่าผ่านตัวตน มีพฤติกรรมบ่งชี้ 3 รายการ องค์ประกอบที่ 2 การสร้างแนวคิดใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมบ่งชี้ 4 รายการ และองค์ประกอบที่ 3 สื่อสารทรงพลัง มีพฤติกรรมบ่งชี้ 3 รายการ โดยองค์ประกอบสำคัญเหล่านี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาอย่างหลากหลายและรัดกุมร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อยืนยันอีกครั้งเพื่อให้คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกเหมาะสมกับผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากขึ้น โดยผลการศึกษารั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในผู้เรียนของซู และซู (Zhou, M. & Xu, H., 2012) ที่ศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาในจีนโดยมีเป้าหมายเพื่อสำรวจโมเดลการศึกษาด้านผู้ประกอบการ พบว่าการสร้างจิตสำนึกและความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่สามารถสร้างได้ในระดับเริ่มต้นโดยในระยะเริ่มต้นของการเป็นผู้ประกอบการนั้นน่าจะอยู่ในขั้นการสร้างตัวตนความเป็นผู้ประกอบการ ครอบคลุมกระบวนการทำงานเหมือนว่าเป็นผู้ประกอบการจริง รวมทั้งระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความเหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเนื่องด้วยในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นมีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการน้อย (บุญทริกา บุญภักดิ์, 2560) รวมทั้งช่วงอายุของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15 - 19 ปี ที่อยู่ในช่วงวัยระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและช่วงมหาวิทยาลัยตอนต้น การส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจึงช่วยให้ผู้เรียนค้นพบความสนใจของตนเองแสวงหาโอกาสและสร้างคุณค่าเสมือนเป็นผู้ประกอบการเหมาะสม รวมทั้งการนำเอาพฤติกรรมเชิงรุกเข้ามาร่วมในการพัฒนาผู้เรียนตั้งแต่ความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นช่วยสนับสนุนการคิดริเริ่มและเหมาะสมต่อการเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นอีกด้วย (Becherer, R. C. & Maurer, J. G., 1999); (Crant, J. M., 1996) สอดคล้องกับภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร และสรศักดิ์ เชี่ยวชาญที่สรุปว่าความสนใจของผู้เรียนในระดับมัศึกษานั้นมีความสนใจพัฒนาตนเองในด้านความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโรงเรียน เช่น การ

ประกวดแผนธุรกิจ การประกอบแนวคิดทางธุรกิจ การจัดสัปดาห์ธุรกิจ เป็นต้น (ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร และสรศักดิ์ เชี่ยวชาญ, 2558) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ UNCTAD ที่นำเสนอว่าประสบการณ์ที่หลากหลายสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นพบตนเองและสนับสนุนให้เกิดการค้นพบคุณค่าและแนวทางการเป็นผู้ประกอบการได้ด้วยเช่นกัน (UNCTAD, U., 2012)

องค์ความรู้ใหม่

ทำให้ได้องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายดัง ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง การเข้าใจคุณลักษณะและทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เข้าใจความสามารถและความสนใจของตนเอง แสวงหาโอกาสตามสถานการณ์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบแผนการทำงานที่มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ออกแบบการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ออกแบบคุณค่าผ่านตัวตน 2) สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ และ 3) สื่อสารทรงพลัง เพื่อส่งเสริมการนำเอาคุณลักษณะ องค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ไปใช้ ดังนี้ 1) สามารถนำเอาองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกไปวิจัยเพื่อพัฒนาเป็นหลักสูตรหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกสำหรับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้ 2) สำหรับผู้สอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสามารถนำองค์ประกอบและพฤติกรรมบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกไปกำหนดเป็นจุดประสงค์การเรียนรู้ ออกแบบเครื่องมือวัดและประเมินผลความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เชิงรุกให้เหมาะสมกับช่วงชั้นที่ตนเองสอนได้ นอกจากนี้ขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ 1) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งต่อไป อาจประยุกต์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ผลทางสถิติที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการ

พัฒนาการศึกษาสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาต่อยอดการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้โดยอาจนำผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้น ผู้ประกอบการวัยเรียนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความเห็นและพัฒนาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกที่มีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2564). แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารวิชาการแสงอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคามวารสารวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน, 18(1), 1-10.
- บุญพริกา บุณย์ศักดิ์. (2560). ธุรกิจศึกษาจากอดีตสู่ยุคศตวรรษที่ 21. วารสารเศรษฐศาสตร์, 45(4), 310-325.
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1. (15 กรกฎาคม 2566). การสัมภาษณ์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2. (21 กรกฎาคม 2566). การสัมภาษณ์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3. (23 กรกฎาคม 2566). การสัมภาษณ์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4. (30 กรกฎาคม 2566). การสัมภาษณ์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5. (30 กรกฎาคม 2566). การสัมภาษณ์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เชิงรุกในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ, ผู้สัมภาษณ์)
- ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร และสรศักดิ์ เชี่ยวชาญ. (2558). การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมผู้ประกอบการ. วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์ (Kasetsart Educational Review), 33(2), 63-69.
- สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษญากร. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของประเทศ ไทย. วารสารบริหารธุรกิจนิด้า, 22(1), 44-60.
- Bateman, T. S. & Crant, J. M. . (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of organizational behavior*, 14(2), 103-118.
- Becherer, R. C. & Maurer, J. G. (1999). The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents. *Journal of Small Business Management*, 37(1), 28-36.
- Chigunta, F. (2002). *Youth entrepreneurship: Meeting the key policy challenges*. Waltham, MA: Education Development Center (EDC).
- Covey, S. R. & Victory, I. P. (2004). *Habit 1: be proactive*. New York: Franklin Covey.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Management*, 29(3), 62-74.
- Paul, J. & Shrivatava, A. (2016). Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? *Theory and debate. International Business Review*, 25(6), 1197-1210.
- UNCTAD, U. (2012). *Entrepreneurship policy framework and implementation guidance*. Geneva: United Nations.

- Wilson-Clark, G. & Saha, S. (2019). Transitions from School to Work. UNICEF: In UNICEF Technical Note.
- Zhou, M. & Xu, H. (2012). A review of entrepreneurship education for college students in China. *Administrative Sciences*, 2(1), 82-98.