

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ดารัตน์ ยิ้มอยู่
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการประกอบธุรกิจ SME ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอก (PESTLE) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจ SME ในประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมือง (Political) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) ปัจจัยด้านสังคม (Sociological) ปัจจัยด้านวิทยาการเทคโนโลยี (Technological) ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) และ 3) เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ส่งผลกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในประเทศไทย หรือไม่ โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-33 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 25,000 บาท ในส่วนของพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการประกอบธุรกิจ SME พบว่า ทำการศึกษาแนวทางการทำธุรกิจจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านวิทยาการเทคโนโลยี โดยเฉพาะความก้าวหน้าของเครื่องมือทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ไอโฟน โน้ตบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME อีกทั้งระบบอินเทอร์เน็ตยังเอื้อต่อความสะดวกง่ายต่อการทำธุรกิจอีกด้วย

คำสำคัญ: การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME, การแสวงหาข้อมูล

ABSTRACT

Title of Independent study	COMMUNICATION BEHAVIORS INFLUENCING DECISIONS MAKING ON SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ENTREPRENEURS IN THAILAND
Author	Darat Yimyoo
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2021

The purpose of this research was to study the Communication Behaviors influencing decision making on small and medium enterprise entrepreneurs and environmental factors which support the business as entrepreneurship and study the relations between the environmental factors and the support of entrepreneur. Using primary data, the researcher used questionnaires as a tool to collect data. The study population was Population in Bangkok A total of 200 samples were obtained. The statistics used in the data analysis were frequency distribution, percentage, average, and Pearson's correlation coefficient.

The results of the study on behavior of the respondents concluded that most of the respondents were female, aged 26-33 years, working as employees of private companies. and have an average monthly income of 15,000 - 25,000. The result of the information seeking behavior of small and medium enterprise that the most is online such as Facebook Instagram etc. From the inferential statistics it was found that the environmental factors which support the business as entrepreneurship is technology factors in the high relation

Keywords: Decision to Become an entrepreneur, Information Seeking