หงบ ถิ หนัม: โครงสร้างอัตถภาคและอัตถภาคย่อยและกลยุทธ์โน้มน้าวใจในแผนวิสาหกิจเริ่มต้นที่เขียนโดยนักศึกษาปริญญาตรีเอกภาษาอังกฤษ: การวิเคราะห์ประเภทผลงานเขียนปรากฏใหม่ที่มหาวิทยาลัยเวียดนาม (MOVE-STEP STRUCTURE AND PERSUASION STRATEGIES IN BUSINESS/START-UP PLANS WRITTEN BY ENGLISH-MAJORED UNDERGRADUATES: ANALYSIS OF AN EMERGING GENRE AT A VIETNAMESE UNIVERSITY) อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ประมูลศุข, 220 หน้า.

คำสำคัญ: การวิเคราะห์อัตถภาคและอัตถภาคย่อย/ แผนธุรกิจ/แผนวิสาหกิจเริ่มต้น/ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ/ การวิเคราะห์ประเภทการสื่อสาร/ ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์จำเพาะ

การเขียนแผนวิสาหกิจเริ่มต้นเป็นงานที่มอบหมายให้เขียนสำหรับนักศึกษาธุรกิจในแวดวงการเรียนการสอนในเวียดนาม แผนวิสาหกิจเริ่มต้นที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งไม่เป็นที่นิยมในชุมชนวิชาการภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL) ในระดับอุดมศึกษา ถือเป็นประเภทผลงานเขียนที่ปรากฏใหม่ วิทยานิพนธ์นี้ได้รับแรงบันดาลใจจากผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการเบื้องต้น และมุ่งหวังที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของประเภทผลงานเขียนนี้ในหมู่นักศึกษาในมหาวิทยาลัย วิทยานิพนธ์นี้มุ่งหวังที่จะ (1) ระบุส่วนประกอบทั่วไปของแผนวิสาหกิจเริ่มต้นสำหรับการสร้างกรอบโครงสร้างแผนวิสาหกิจเริ่มต้น โดยการตรวจสอบแนวปฏิบัติการเขียนแผนวิสาหกิจเริ่มต้นหลายประเภท รวมถึงแนวปฏิบัติที่ออกแบบมาสำหรับนักศึกษาที่มีจุดประสงค์ทางการสอนในหลักสูตร (แวดวงการสอน) และแนวปฏิบัติที่ออกแบบมาสำหรับผู้ประกอบการในแวดวงวิชาชีพ (2) ศึกษาอัตถภาคและอัตถภาคย่อยของแผนวิสาหกิจเริ่มต้นของนักศึกษา โดยใช้กรอบโครงร่างตามหลักฐานที่กำหนดขึ้นในวัตถุประสงค์ข้อ 1 (3) ระบุกลยุทธ์การโน้มน้าวใจที่ใช้ในแผนวิสาหกิจเริ่มต้นของนักศึกษาที่เก็บรวบรวมมาจากสถานที่วิจัย

แผนวิสาหกิจเริ่มต้นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาภาษาอังกฤษจำนวน 70 คน ซึ่งลงทะเบียนเรียนหลักสูตร Start-up ความยาวประมาณ 3,000 - 5,000 คำ ได้รับการวิเคราะห์โดยใช้กรอบโครงสร้างตามหลักฐาน ซึ่งกำหนดขึ้นจากแนวปฏิบัติการเขียนแผนวิสาหกิจเริ่มต้นจำนวน 53 แนวทางที่รวบรวมจากแหล่งต่างๆ เพื่อวิเคราะห์อัตถภาคและอัตถภาคย่อย และกรอบโครงร่างที่รวบรวมไว้สำหรับกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ตามด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาเขียนแผนวิสาหกิจเริ่มต้นจำนวน 10 คน และการสัมภาษณ์รายบุคคลกับอาจารย์จำนวน 5 คน การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้ Excel สำหรับคำถามวิจัยข้อ 1, Atlas.ti และ GSEQ 5.1 สำหรับคำถามวิจัยข้อ 2 และ 3)

ผลการวิจัยเผยให้เห็นกรอบโครงร่างตามหลักฐานของแผนวิสาหกิจเริ่มต้น ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบโครงสร้าง 21 องค์ประกอบ โดยมีองค์ประกอบความถี่สูง 10 องค์ประกอบที่ระบุว่าเป็นแกนหลักของแผนวิสาหกิจเริ่มต้น โดย 1 องค์ประกอบเกี่ยวกับรูปแบบ และอีก 9 องค์ประกอบเกี่ยวกับเนื้อหาของแผน นักวิจัยใช้กรอบโครงร่างตามหลักฐานเพื่อระบุโครงสร้างอัตถภาคและ

อัตถภาคย่อยของแผนวิสาหกิจเริ่มต้นของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 8 อัตถภาค (1 อัตถภาคใหม่) ในบทสรุปผู้บริหาร 9 อัตถภาค (1 อัตถภาคใหม่) ในธุรกิจ 4 อัตถภาคในข้อมูลทางการเงิน และ 12 องค์ประกอบที่นิยมใช้ในเอกสารประกอบ สำหรับกลยุทธ์การโน้มน้าวใจที่ใช้ในแผนวิสาหกิจเริ่มต้นของนักศึกษานั้น ความเป็นรูปธรรมและหลักฐานเป็นกลยุทธ์ที่นิยมใช้มากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นเชิงบวก ความชอบ ความน่าเชื่อถือ ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และกลยุทธ์อื่น ๆ อีก 6 กลยุทธ์ แต่ในบรรดาการโน้มน้าวใจแบบอริสโตเติล 3 ประการนั้น พาทอสเป็นคำที่ใช้บ่อยที่สุดเมื่อเทียบกับอีก 2 ประการ คือเอโทสและโลโก อาจารย์ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนยอมรับว่าใช้โลโกเป็นจุดเน้นในการโน้มน้าวใจ ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นนักศึกษาก็ยืนยันว่าชอบใช้ความเป็นรูปธรรมและหลักฐานเป็นกลยุทธ์ในการเสริมข้อโต้แย้งเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย ตรงกันข้ามกับการมีอยู่ของกลยุทธ์การโน้มน้าวใจของนักเรียนผู้เขียนแผนวิสาหกิจเริ่มต้น มุมมองของอาจารย์ผู้ให้สัมภาษณ์เผยให้เห็นว่าประสิทธิภาพของกลยุทธ์ดังกล่าวไม่สูงนักเพราะหลักฐานดูเหมือนไม่จริงและไม่แม่นยำ บางครั้งหลักฐานถูกเก็บรวบรวมไว้บนอินเทอร์เน็ตโดยไม่ได้ดัดแปลงใด ๆ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ปีการศึกษา 2566 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

NGOC THI NHAM: MOVE-STEP STRUCTURE AND PERSUASION STRATEGIES IN BUSINESS/START-UP PLANS WRITTEN BY ENGLISH-MAJORED UNDERGRADUATES: ANALYSIS OF AN EMERGING GENRE AT A VIETNAMESE UNIVERSITY. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. ISSRA PRAMOOLSOOK, Ph.D., 220 PP.

Keyword: Move-step analysis, Business/start-up plan, Persuasion strategies, Genre analysis, ESP

Writing a business/start-up plan (BSP) is a typical assignment to business students in pedagogical settings. In Vietnam, the BSP written in English, a business genre not popular among English as a Foreign Language (EFL) academic communities at tertiary level, is considered an emerging genre. Motivated by the results gained from the preliminary needs analysis, this thesis seeks to shed light on the composition of this emerging genre among university students. It aims to (1) identify typical components of a BSP for BSP framework formulation by investigating multiple types of BSP-writing guidelines including those designed for students with pedagogical purposes in a curriculum (pedagogical settings) and those designed for entrepreneurs in professional settings; (2) investigate moves and steps of the students' BSPs (SBSPs) using the evidence-based framework (EBF) formulated in the RO1; (3) identify persuasion strategies used in the students' BSPs collected at the research site.

Seventy texts ranging from 3000-5000 words/text written by English-majored undergraduate students who enrolled in a Start-up course were analyzed using an evidence-based framework (EBF) formulated from 53 BSP-writing guidelines collected from different sources for move-step analysis, and a compiled framework for persuasion strategies, followed by focus-group interviews with ten student writers and individual interviews with five teachers. Data analysis is implemented via the usage of Excel (RQ1), Atlas.ti and GSEQ 5.1 (RQ2-3).

The results revealed an EBF of a BSP which includes a collection of 21 structural elements with 10 high-frequency elements identified as the cores of a BSP, 1 regarding the format and the other 9 regarding the content of the plan. Using this EBF, the researcher identified a move-step structure of students' BSPs which includes 8 moves (1 newly identified) in Executive Summary, 9 moves (1 newly identified) in The Business, 4 moves in Financial Data and 12 most popular elements in Supporting Documents. Regarding persuasion strategies used in the SBSPs, CE (Concreteness and Evidence) was the most popular strategy employed, followed by PO (Positivity), LI

(Liking), TR (Trustworthiness), CC1 (Commitment and Consistency) and the other 6 strategies, but among three Aristotelian appeals of persuasion, *pathos* was the most frequently used compared to the other two appeals *ethos* and *logos*. All the teacher interviewees acknowledged the usage of *logos* as the focus of persuasion while the student interviewees also confirmed their preferred employment of CE as a strategy to strengthen their arguments to persuade their target audience. In contrast to the presence of student writers' persuasion strategy in the BSPs, teacher interviewees' perceptions reveal that the effectiveness of such strategy was not high because the evidence seemed unreal and inaccurate, sometimes the evidence was collected on the Internet without any modification.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

School of Foreign Languages
Academic Year 2023

Student's Signature _____
Advisor's Signature _____