วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม ปี พ.ศ. 2567

ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ATTITUDES, SOCIAL NORMS AND PERCEPTIONS OF THE EXTERNAL BUSINESS ENVIRONMENT AFFECT THE INTENTION TO BECOME A STARTUP BUSINESS ENTREPRENEUR OF GENERATION Z IN MUEANG DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

พีรวัส หนูเกตุ
Pheerawas Nookate

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
Lecture, Bachelor of Business Administration (Management) Rajabhat Songkhla University
E-mail pheerawas.no@skru.ac.th

Received July 16,2024
Revised August 16,2024
Accepted August 23,2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่ม เจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2555 ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือกำลังทำงานและรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการวิเคราะห์พหุสัมพันธ์เชิงถดถอยด้วยวิธีการตัดทิ้งแบบถอยหลัง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับปานกลางต่อการเป็นผู้ประกอบการโดยมีความเห็นว่านวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก บรรทัดฐานของสังคมอยู่ในระดับสูงโดยมีความเห็นว่าบุคคลสำคัญจะเป็นผู้สนับสนุนและให้กำลังใจในการทำธุรกิจ การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางโดยให้ความสำคัญกับคู่แข่งขันเป็นอันดับแรก และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ในระดับปานกลาง โดยจะพยายามมีธุรกิจเป็นของตนเอง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้แก่ ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ

ผู้ประกอบการ, ธุรกิจสตาร์ทอัพ, กลุ่มเจเนอเรชัน Z

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the levels of attitudes, social norms, and perceptions of the external business environment and the factors affecting the intention to become startup entrepreneurs of Generation Z group in Mueang District, Songkhla Province. The sample group consisted of 400 individuals born between 1998 and 2012 who were either studying in higher education or were working and knew about startup businesses. The statistics used for analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis using the backward method.

The study found that the most respondents had a moderate attitude towards entrepreneurship and gave innovation a higher priority than others. social norms s were highly regarded, with respondents believing that significant individuals would support and encourage their business endeavors. The external business environment was perceived moderately, with competitors being the main focus. The respondents' intention to launch their own business was likewise moderate, with many of them desiring to do so. Factors that positively influenced the intention to become startup entrepreneurs included attitudes, social norms, and perceptions of the external business environment, specifically in terms of politics, economics, society, law, and the environment.

Keywords

Entrepreneurial, Business startup, Generation Z

ความสำคัญของปัญหา

บทบาทของผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ แต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่เน้นการพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัย โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคตด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและพัฒนาคนรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถการแข่งขันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม กลุ่มเจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการค้นหาข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผ่านโลกออนไลน์ ให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) ใส่ใจเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อมและต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อสังคม มองหาวิธีคิดแบบใหม่ คิดนอกกรอบ ต้องการความสำเร็จอย่างรวดเร็วและชอบการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ทำให้กลุ่มเจเนอเรชัน Z มีโอกาสที่จะมองเห็นการทำธุรกิจได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start-up) ซึ่งเป็นหนึ่งอาชีพในฝันของคนเจเนอเรชัน Z (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2567)

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือเป็นการเห็นโอกาสทางธุรกิจก่อนผู้อื่น ธุรกิจสตาร์ทอัพมักจะเริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ซึ่งสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ที่สำคัญจะต้องมีนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2561) แต่อย่างไรก็ตาม พื้นฐานสำคัญในการประกอบธุรกิจมาจากความเข้าใจถึงความสามารถทางธุรกิจของตนเอง และยังมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง การสนับสนุนจากภาครัฐหรือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี คู่แข่งขัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคม เป็นต้น (Smith-Hunter et al., 2003) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ แต่ละคนเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยเห็นโอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน เพราะแต่ละคนมีแรงผลักดันไม่เหมือนกัน ส่งผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการสมัยใหม่ (Fayolle & Francisco, 2014) ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มคนรุ่นใหม่จะเป็นวิธีการในการพัฒนาประเทศให้มีศักยภาพพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

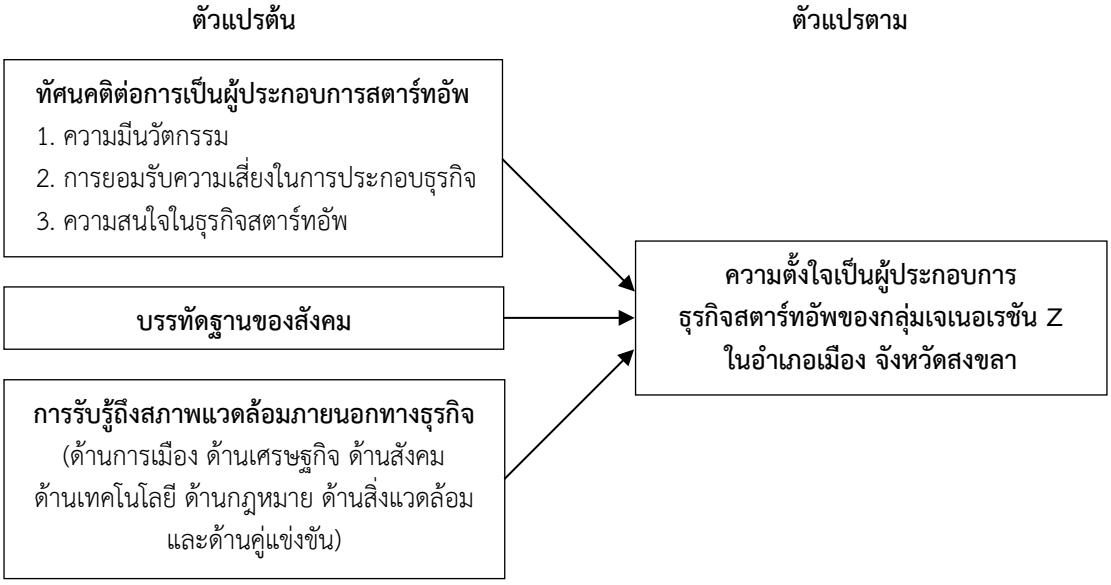
จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ได้มีการวางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธุรกิจสตาร์ทอัพที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณพื้นที่อำเภอเมืองของจังหวัดสงขลามีสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงจำนวนมากซึ่งเป็นแหล่งผลิตบัณฑิตที่มีศักยภาพ ด้วยปัจจัยเหล่านี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ (Ajzen, 1991) มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ (Thompson et al., 2018) และปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Johnson et al., 2017) มาหลอมรวมเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง ผู้ที่กำลังค้นหาโมเดลธุรกิจใหม่โดยการใช้นวัตกรรมเข้ามาเพื่อช่วยแก้ปัญหาในการชีวิตประจำวันให้กับคนส่วนใหญ่

ความตั้งใจ หมายถึง การกระทำการตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

กลุ่มเจเนอเรชัน Z หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2555 ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือกำลังทำงานและรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

บรรทัดฐานทางสังคม หมายถึง บุคคลใกล้ชิดที่สำคัญ ได้แก่ เพื่อนและครอบครัวที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมหรือเป็นแรงกระตุ้นให้มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

การทบทวนวรรณกรรม

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) เป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปสู่ความพยายามเป็นผู้ประกอบการโดยมีความเชื่อว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด (Alexander & Honig, 2016) ซึ่งได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากปัจจัยหลักตามทฤษฎีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ได้แก่ ทัศนคติส่วนบุคคล บรรทัดฐานของสังคมหรือการคล้อยตามกลุ่มสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 1991) โดยงานวิจัยของ (มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์โชติกรเรืองจันทร์, 2563) ระบุว่า ปัจจัยด้านเจตคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้การได้รับอิทธิพลจากสามปัจจัยยังทำให้บุคคลมีแรงจูงใจต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009) จนนำไปสู่ความมุ่งมั่นที่อยากจะเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง (Wu, 2009) อย่างไรก็ตามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเป็นจุดเริ่มต้นเท่านั้น ถ้าธุรกิจจะสำเร็จได้นั้นบุคคลควรต้องได้ลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมทางธุรกิจ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards Entrepreneurship) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินการทางธุรกิจที่จะช่วยให้เป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสนใจด้านธุรกิจ ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจและความกล้าที่จะเผชิญกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น โดยงานวิจัยของ (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559) ระบุไว้ว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุดโดยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม และงานวิจัยของ (Maresch et al., 2016) พบว่า ทัศนคติทางบวกส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทำให้ข้อค้นพบนี้ยืนยันความสำคัญของทัศนคติในการพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งทัศนคติยังเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นความชอบหรือไม่ชอบที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016)

บรรทัดฐานของสังคม (Subjective Norms) คือ บุคคลรอบตัวที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจนนำไปสู่การเป็นบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งกระบวนการพัฒนาสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด (Ajzen, 1991) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทัศนคติในทางบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากกลุ่มคนสำคัญเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำต่อพฤติกรรม (Aragon-Sanchez et al., 2017) และกลุ่มคนสำคัญยังเป็นแรงจูงใจและแรงกดดันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Kolvereid, 1996) โดยงานวิจัยของ (สิริลักษณ์ ทองพูน, 2566) ระบุไว้ว่า บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความเชื่ออำนาจภายในตนและความมีนวัตกรรมและอดทนเพื่อความสำเร็จมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรีในภาคใต้ โดยอิทธิพลของบุคคลรอบตัวสามารถเป็นแบบอย่างของความสำเร็จ การให้คำแนะนำและแบ่งปันประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรทางการเงิน การช่วยวางแผนเริ่มต้นธุรกิจ และให้ความช่วยเหลือเมื่อเผชิญกับอุปสรรค

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่รับรู้ได้ถึงระดับความสามารถของตนเองและเชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ และสามารถประเมินความยากหรือง่ายในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Controllability) เป็นการทำให้เกิดการกระทำพฤติกรรมนั้นได้ (Ajzen, 2002) ในขณะที่งานวิจัยของ (นุชจรี ภักดีจอหอ, 2562) ระบุไว้ว่า การรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยการรับรู้ความสามารถของตนเองที่สูงจะส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การรับรู้ความสามารถของตนเองจะต้องควบคู่ไปกับปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ (External Business Environment) เป็นปัจจัยภายนอกที่สามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี ลูกค้า คู่แข่ง และซัพพลายเออร์ (Thompson et al., 2018) รวมถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมและกฎหมาย (Johnson et al., 2017) ซึ่งเป็นปัจจัยไม่สามารถควบคุมได้

แต่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานและตัดสินใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (Hitt et al., 2020) เห็นได้ว่า ปัจจัยด้านมหภาคและจุลภาค เช่น สภาวะเศรษฐกิจเอื้ออำนวยจะช่วยส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้ โดยงานวิจัยของ (Tokla Moeut, ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์, 2564) ระบุไว้ว่า ปัจจัยด้านสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเมือง ดังนั้น การเข้าใจและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างรอบด้านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2555 ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือกำลังทำงานและรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) เท่ากับ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นผู้วิจัยจึงปรับเพิ่มขึ้นเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2555 และรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (ปรับปรุงจากงานวิจัยของ Mamun et al., 2017; อายุส ยุวรี, 2560) โดยมาจากการทบทวนวรรณกรรม บทความ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม จากนั้นได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 และนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability Test) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้เท่ากับ 0.980 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ โดยโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปใช้ลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) สำหรับทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยแบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์พหุสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression) ด้วยวิธีการตัดทิ้งแบบถอยหลัง (Backward) โดยทำการทดสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นด้วยการทดสอบเมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร หากค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระคู่ใดมีค่ามากกว่า 0.85 แสดงว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Kline, 2005) การตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระพิจารณาตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าการวัดค่าความสามารถของตัวแปร (Tolerance)

ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่าการเกิดพหุสัมพันธ์ (Variance Inflation Factor: VIF) ต้องมีค่าไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 จึงจะไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Hair et al., 2014) สำหรับการทดสอบความเป็นอิสระด้วยค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลในแบบจำลองการถดถอย (Durbin-Watson) อยู่ระหว่าง 1.50 ถึง 2.50

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.00 เป็นนักศึกษาร้อยละ 64.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 52.00 ส่วนใหญ่มีครอบครัวหรือบุคคลที่ใกล้ชิดประกอบธุรกิจ/เคยประกอบธุรกิจ ร้อยละ 64.25 มีความสนใจธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทการเกษตรและอาหาร ร้อยละ 27.50 โดยมีแรงบันดาลใจจากความอิสระและความท้าทายในการทำงาน ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 1 ระดับทัศนคติต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	$\overline{X}$	S.D	ระดับ	อันดับ
1. ความมีนวัตกรรม	3.40	0.88	ปานกลาง	1
2. ความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.37	0.86	ปานกลาง	2
3. การยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ	3.22	0.82	ปานกลาง	3
ภาพรวม	**3.33**	**0.80**	**ปานกลาง**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นดังนี้ ความมีนวัตกรรมอยู่เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพ และการยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับบรรทัดฐานของสังคมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

บรรทัดฐานของสังคม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. บุคคลสำคัญยินดีที่จะช่วยเหลือและเป็นกำลังใจกับการทำธุรกิจ	3.61	1.04	มาก	1
2. ถ้าจะทำธุรกิจครอบครัวยินดีและเห็นด้วยกับการตัดสินใจ	3.58	1.10	มาก	2
3. ถ้าจะทำธุรกิจเพื่อนสนิทยินดีและเห็นด้วยกับการตัดสินใจ	3.55	1.08	มาก	3
4. บุคคลสำคัญมีความเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเป็นสิ่งที่ดีและน่าสนใจ	3.51	1.02	มาก	4
5. บุคคลสำคัญมักจะชักชวนให้มีหรือทำธุรกิจเป็นของตนเอง	3.42	1.06	มาก	5
6. ครอบครัวเป็นที่พึ่งหรือให้ความช่วยเหลือในการเริ่มธุรกิจได้	3.42	1.08	มาก	6
7. ครอบครัวได้ทำการวางรากฐานและกระตุ้นให้เกิดความสนใจ	3.30	1.11	ปานกลาง	7
8. บุคคลสำคัญมักจะคัดค้านเสมอเมื่อกล่าวถึงการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง	3.21	1.22	ปานกลาง	8
ภาพรวม	**3.45**	**0.92**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับบรรทัดฐานของสังคมต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นดังนี้ บุคคลสำคัญยินดีที่จะช่วยเหลือและเป็นกำลังใจกับการทำธุรกิจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ถ้าจะทำธุรกิจครอบครัวยินดีและเห็นด้วยกับการตัดสินใจ ถ้าจะทำธุรกิจเพื่อนสนิทยินดีและเห็นด้วยกับการตัดสินใจ บุคคลสำคัญมีความเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเป็นสิ่งที่ดีและน่าสนใจ บุคคลสำคัญมักจะชักชวนให้มีหรือทำธุรกิจเป็นของตนเอง ครอบครัวเป็นที่พึ่งหรือให้ความช่วยเหลือในการเริ่มธุรกิจได้ ครอบครัวได้ทำการวางรากฐานและกระตุ้นให้เกิดความสนใจ บุคคลสำคัญมักจะคัดค้านเสมอเมื่อกล่าวถึงการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

การรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านคู่แข่งขัน	3.54	0.88	มาก	1
2. ด้านเทคโนโลยี	3.51	0.90	มาก	2
3. ด้านเศรษฐกิจ	3.34	0.85	ปานกลาง	3
4. ด้านกฎหมาย	3.33	0.88	ปานกลาง	4
5. ด้านสังคม	3.31	0.82	ปานกลาง	5
6. ด้านการเมือง	3.28	0.87	ปานกลาง	6
7. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.26	0.95	ปานกลาง	7
ภาพรวม	**3.37**	**0.79**	**ปานกลาง**	

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็น ดังนี้ ด้านคู่แข่งขันเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านสังคม ด้านการเมืองและด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ความพยายามที่จะเริ่มทำธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นของตนเอง	3.57	0.98	มาก	1
2. ความต้องการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้กับคนในสังคม	3.57	1.01	มาก	2
3. ความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นของตนเอง	3.56	0.97	มาก	3
4. เป้าหมายทางอาชีพ คือ การเป็นผู้ประกอบการ	3.56	1.00	มาก	4
5. ความต้องการจะทำธุรกิจสตาร์ทอัพทันที	3.55	1.01	มาก	5
6. การเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ	3.50	0.97	มาก	6
7. ความต้องการจะเริ่มทำธุรกิจภายในอีก 2 - 5 ปีข้างหน้า	3.44	1.01	มาก	7
8. ความต้องการจะเริ่มทำธุรกิจภายในอีก 2 ปีข้างหน้า	3.35	1.11	ปานกลาง	8
ภาพรวม	**3.51**	**0.907**	**มาก**	

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นดังนี้ ความพยายามที่จะเริ่มทำธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นของตนเองเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความต้องการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้กับคนในสังคม ความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นของตนเอง เป้าหมายทางอาชีพ คือ การเป็นผู้ประกอบการ ความต้องการจะทำธุรกิจสตาร์ทอัพทันที การเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ความต้องการจะเริ่มทำธุรกิจภายในอีก 2 - 5 ปีข้างหน้า และความต้องการจะเริ่มทำธุรกิจภายในอีก 2 ปีข้างหน้า ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

	IE	INNO	RISK	INTERS	NORM	POLI	ECON	SOL	IT	LW	ENV	COMPET
IE	1	.716**	.679**	.758**	.789**	.778**	.793**	.729**	.738**	.781**	.743**	.738**
INNO		1	.760**	.844**	.794**	.660**	.691**	.672**	.718**	.669**	.645**	.678**
RISK			1	.796**	.748**	.624**	.631**	.577**	.588**	.585**	.511**	.587**
INTERS				1	.812**	.698**	.728**	.685**	.719**	.674**	.650**	.714**
NORM					1	.694**	.703**	.711**	.685**	.722**	.665**	.691**
POLI						1	.821**	.774**	.734**	.790**	.721**	.730**
ECON							1	.845**	.793**	.780**	.773**	.769**
SOL								1	.822**	.819**	.732**	.762**
IT									1	.782**	.807**	.798**
LW										1	.733**	.765**
ENV											1	.728**
COMPET												1

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หมายเหตุ: IE คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ, INNO คือ ความมีนวัตกรรม, RISK คือ การยอมรับความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ, INTERS คือ ความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพ, NORM คือ บรรทัดฐานของสังคม, POLI คือ ด้านการเมือง, ECON คือ ด้านเศรษฐกิจ, SO คือ ด้านสังคม, IT คือ ด้านเทคโนโลยี, LW คือ ด้านกฎหมาย, ENV คือ ด้านสิ่งแวดล้อม และ COMPET คือ ด้านคู่แข่งขัน

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์พหุสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression) ด้วยวิธีการตัดทิ้งแบบถอยหลัง (Backward)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.148	.097	-	1.525	.128	-	-
INTRS	.130	.047	.123	2.769	.006*	.288	3.468
NORM	.271	.045	.275	6.080	.000*	.276	3.620
POLI	.160	.049	.153	3.250	.001*	.256	3.910
ECON	.240	.059	.225	4.097	.000*	.187	5.336
SO	-.146	0.57	-.131	-2.555	.011*	.215	4.660
LW	.215	.050	.208	4.322	.000*	.244	4.097
ENV	.133	.039	.139	3.438	.001*	.345	2.899
$R = 0.882$, $R^2 = 0.778$, $R^2_{adj.} = 0.774$, $F = 196.248$, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.936							

*นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 6 จากการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์พหุสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า ทัศนคติความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพ บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจในด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านกฎหมายและด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($F = 196.248$, Sig. = 0.000) โดยตัวแปรดังกล่าว สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นมีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาได้ร้อยละ 77.80

อภิปรายผล

จากศึกษาเรื่อง ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า ทัศนคติของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (พัทธนันท์ เรืองศรีมั่น, 2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ในทำนองเดียวกัน (ณัชพร แสงสุพรรณ, 2565) ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงวัยของคนเจเนอร์เรชั่น Z ในประเทศไทย พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้งานวิจัยในต่างประเทศให้ผลสอดคล้องกันกับ (Ahmad et al., 2022)

ได้ศึกษาเรื่อง Factors of Digital Entrepreneurial Intention among Young Generation. พบว่า ทัศนคติส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยเป็นตัวแปรทำนายที่ดีที่สุด และยังสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของ (Alexander & Honig, 2016) ที่กล่าวว่า แรงดึงดูดใจแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีความชอบหรือไม่ชอบที่จะกระทำพฤติกรรมต่อการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่และในบริบทของธุรกิจสตาร์ทอัพ

บรรทัดฐานของสังคมที่กลุ่มเจเนอเรชัน Z ได้รับจากบุคคลสำคัญ ครอบครัว เพื่อน และคนสนิท มีบทบาทอย่างยิ่งในการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานของสังคมและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์, 2567) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในยุคประเทศไทย 4.0 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ คือ ทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบรรทัดฐานทางสังคมมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการทางอ้อมผ่านทางทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จึงอาจสรุปได้ว่า บรรทัดฐานของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากครอบครัว เพื่อน และคนสนิท มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมผ่านการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับทฤษฎีตามแบบแผนของ (Ajzen, 1991) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีความสำคัญในการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในการกระทำพฤติกรรม ได้แก่ เพื่อน พ่อ แม่ พี่น้อง เพื่อนชายหรือเพื่อนผู้หญิง และสมาชิกในครอบครัวคนอื่น ๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการจึงอาจเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มเจเนอเรชัน Z

การรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ประกอบด้วย ด้านการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ (Tokla Moeut, ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์, 2564) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยบิวด์ไบรท์ ในประเทศกัมพูชา พบว่า ปัจจัยด้านสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเมือง ตามลำดับ นอกจากนี้งานวิจัยในต่างประเทศให้ผลสอดคล้องกัน (Shirokova et al., 2022) ได้ศึกษาเรื่อง Moving from Intentions to Actions in Youth Entrepreneurship: An Institutional Perspective. พบว่า คุณภาพของสถาบันทางกฎหมายมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น สำหรับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Peng et al., 2021) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมต่อความตั้งใจใน

การเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืน พบว่า คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการจัดตั้งกิจการที่ยั่งยืน นอกจากนี้ (นิรันดร ทัพไชย, 2565) ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและประสบการณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในระหว่างการเป็นนักศึกษามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ ที่ระบุไว้ว่า ปัจจัยมหภาค เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และปัจจัยจุลภาค เช่น ลูกค้า คู่แข่ง ซัพพลายเออร์ (Thompson et al., 2018) รวมถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมและกฎหมาย (Johnson et al., 2017) มีความเป็นไปได้ทั้งโอกาสหรืออุปสรรคต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจในด้านการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย สังคม และสิ่งแวดล้อม มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเจเนอเรชัน Z

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.ผู้ประกอบการในอนาคตไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อมรวมถึงผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องได้รับการเตรียมความพร้อมและธุรกิจดังกล่าวควรนำความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Concept) หรือธุรกิจอุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Industry) มาใช้เป็นแนวคิดในการกำหนดทิศทางของธุรกิจ

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยในด้านการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยเฉพาะ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย มาตรการ และโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การให้ความรู้ การสนับสนุนแหล่งเงินทุน สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ และมีการสนับสนุนธุรกิจที่มีโซลูชันด้านสิ่งแวดล้อม

3. ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสังคม (Influencer/KOL) สามารถนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จ รวมถึงการชี้ให้เห็นถึงมุมมองเชิงบวกและความเป็นไปได้ในการเป็นเจ้าของธุรกิจ ในการช่วยปลูกฝังค่านิยมและกระตุ้นให้กลุ่มคนในสังคมมีชุดของความคิด (Mindset) ที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ จนเกิดเป็นบรรทัดฐานทางสังคมในอนาคต

4. สถาบันการศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอนการให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจเนอเรชัน Z เพื่อส่งเสริมและเป็นแรงจูงใจให้กับนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจกลายเป็นผู้ประกอบการที่ทันสมัย เช่น การสร้างบรรยายกาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ การนำนวัตกรรมมาใช้บูรณาการ ตลอดจนการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจในการปฏิบัติจริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความแตกต่างและความเหมือนของปัจจัยความสำเร็จในแต่ละภูมิภาคเพื่อจะนำไปสู่มาตรการในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. (2561). **Startup คือธุรกิจอะไรกันแน่**. สืบค้น 5 กรกฎาคม 2567, จาก https://www.live-platforms.com/education/article/5464.

ณัชพร แสงสุพรรณ. (2565). **ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงวัยของคนเจเนอร์เรชั่น Z ในประเทศไทย.** (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2567). **งานดี ลงทุนเด่น ของคน 4 เจนเนอเรชั่น**. สืบค้น 5 กรกฎาคม 2567, จาก https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/how-different-generations-invest.

นิรันดร ทัพไชย. (2565). ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 27(1), 111-142.

นุชจรี ภักดีจอหอ. (2562). อิทธิพลของทัศนคติและสมรรถนะที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา. **วารสารการบัญชีและการจัดการ**, 15(2), 59 – 75.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น**.**

พัทธนันท์ เรืองศรีมั่น. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล**. (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์โชติกร เรืองจันทร์. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่. **วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต**, 17(1), 155 – 173.

มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. **สุทธิปริทัศน์**, 30(95), 103-115.

รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และนฤมล สุ่นสวัสดิ์. (2567). รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในยุคประเทศไทย 4.0. **วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ**, 14(1), 52-70.

สิริลักษณ์ ทองพูน. (2566). บทบาทการเป็นตัวแปรกำกับของการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในภาคใต้. **วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 10(2), 211 – 238.

อายุส ยุวรี. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มทำธุรกิจแบบ start-up.** (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Tokla Moeut, ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2564). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยบิวด์ไบรท์ ในประเทศกัมพูชา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 40(6), 111-125.

Ahmad, K. S., Rahim, N. A., Samad, K. A., Mohamad, M. S., & Juhari, J. (2022). Factors of Digital Entrepreneurial Intention among Young Generation. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 12(10), 1284 – 1295.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, 32(4), 665-683.

Alexander, I. K., & Honig, B. (2016). Entrepreneurial intentions: A cultural perspective. **Africa Journal of Management**, 2(3), 235–257.

Aragon-Sanchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernandez, A. J. (2017). A missing link: The behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 23(5), 752-768.

Fayolle Alain and Francisco Liñán. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. **Journal of Business Research**, 67(5), 663-666.

Hair, J. F. (2014). **Multivariate data analysis**. New Jersey: Pearson Education Limited.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). **Strategic management: Competitiveness & globalization: Concepts and cases (13th edition).** United States: Cengage Learning.

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2017). **Exploring strategy: Text and cases (11th edition).** New Jersey: Pearson.

Kline, R. (2005). **Principles and practice of structural equation modeling (2nd edition).** United States: Guilford Press.

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, *21*(1), 47–58.

Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 33(3), 593-617.

Mamun, A. A., Nawi, N. B. C., Mohiuddin, M., Shamsudin, S. F. F. B., & Fazal, S. A.

(2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: A study among business students in Malaysia. **Journal of Education for Business**, 92(6), 296-314.

Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. **Technological Forecasting and Social Change**, Vol.104, 172-179.

Peng, H., Li, B., Zhou, C., & Sadowski, B. M. (2021). How does the appeal of environmental values influence sustainable entrepreneurial intention? **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 18(3), 1070.

Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Bogatyreva, K., Edelman, L. F., & Manolova, T. S. (2022). Moving from intentions to actions in youth entrepreneurship: An institutional perspective. **Entrepreneurship Research Journal**, 12(1), 25-69.

Smith-Hunter, A., Joanne, K., & Virginia, Y. (2003). A psychological model of entrepreneurial behavior. **Journal of the Academy of Business and Economics**, 2(2), 180-192.

Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. J. (2018). **Crafting & executing strategy: The quest for competitive advantage: Concepts and cases (21st edition)**. New York: McGraw-Hill Education.

Wu, J. (2009). **Entrepreneurial orientation, entrepreneurial intent and new venture creation: Test of a framework in a Chinese context** (Doctoral dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia. Retrieved from https://vtechworks.lib.vt.edu/server/api/core/bitstreams/d0cc828c-bc9a-4014-8c7a-00e41caa06f2/content.

ประวัติแนบท้ายบทความ

Name and Surname: Pheerawas Nookate
Highest Education: M.B.A (Business Administration)
University or Agency: Songkhla Rajabhat University
Field of Expertise: Management
Address: Faculty of Management Sciences Songkhla Rajabhat University, Tambon Khoa-Roob-Chang ,Muang District , Songkhla 90000