

อิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล  
ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

Influence of Motivation and Factors Affect Intention to Become Entrepreneurial  
Online Business the Digital Age of Work-age Population in Bangkok and  
Metropolitan Region After The New Wave of Covid-19 Situation

ณัฐญา นุ่มพุด

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Natthaya Numpud

E-mail: 6314154013@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุ 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.42$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การตั้งเป้าหมาย ( $\bar{X} = 4.51$ ) พฤติกรรมตามแผน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ( $\bar{X} = 4.43$ ) ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.41$ )

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มี เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการด้านแรงปรารถนา ความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยงส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) พฤติกรรมตามแผนด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้ง ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

## Abstract

The purpose of this study is to examine the Influence of motivation and factors affect intention to become entrepreneurial online business the digital age of work-age population in Bangkok and Metropolitan region after the new wave of Covid-19situation, factors include Demographic factors, entrepreneurial motivation, planned behavior and attitude in entrepreneurship. The 400 sample were drawn from work-age population in Bangkok and Metropolitan region. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most work-age population in Bangkok and Metropolitan region the respondents were female, single, aged 21-30 years, received Bachelor's Degree and received monthly income of 15,000 – 25,000 bath. Entrepreneurial motivation were at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.42). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were goal-setting ( $\bar{X}$  = 4.51). Planned Behavior were at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.34). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was attitude towards entrepreneurship ( $\bar{X}$  = 4.43). Attitude in entrepreneurship were at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.40). The overall intention to become entrepreneurial online business the digital age of work-age population in Bangkok and Metropolitan region after the new wave of Covid-19 situation was rated at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.41).

The results of hypothesis test show that (1) the population in Bangkok and Metropolitan region with different sex, education and income had different overall intention to become entrepreneurial online business (2) Entrepreneurial motivation, passion, need for achievement, self-efficacy and risk taking had effect intention to become entrepreneurial online business the digital age of work-age population in Bangkok and Metropolitan region after the new wave of Covid-19 situation (3) Planned behavior; perceived behavior control, attitude , including attitude in entrepreneurship had effect

intention to become entrepreneurial online business the digital age of work-age population in Bangkok and Metropolitan region after the new wave of Covid-19 situation at statistical significance of 0.05 levels.

**Keyword:** Entrepreneurial Intentions

## บทนำ

จากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทยระลอกแรก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่เกิดขึ้นที่เมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2563 มีการแพร่ระบาดในสนามมวย และสถานบันเทิง จึงได้ประกาศปิดเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานครครั้งแรก และประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ต่อมาการระบาดระลอกที่ 2 เกิดขึ้นอีกครั้งเมื่อกลางเดือนธันวาคม พ.ศ.2563 มีศูนย์กลางการระบาดอยู่ที่ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร การระบาดระลอกนี้หนักเป็น 1.8 เท่าของระลอกแรกที่จุดวิกฤติที่สุด หลังจากนั้นการระบาดระลอกที่ 3 เมื่อต้นเดือนเมษายน พ.ศ.2564 พบคลัสเตอร์การระบาดใหม่จากสถานบันเทิงย่านทองหล่อ-เอกมัย คลัสเตอร์แคมป์คนงาน ในกรุงเทพมหานคร โดยช่วงแรกการระบาดมีการแพร่เชื้อสูง ทำให้มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น ในขณะที่การระบาดระลอกที่ 4 เดือนมกราคม พ.ศ.2565 ถึงปัจจุบัน มีการปรับพื้นที่สีของจังหวัดตามสถานการณ์ และพบว่าอาการผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่มีอาการไม่รุนแรง จึงปรับการบริหารจัดการโรคโควิด-19 สู่โรคประจำถิ่น (Endemic) เพื่อให้ประชาชนกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติ (กระทรวงสาธารณสุข, 2565)

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ต้องปรับตัวตลอดเวลา ผลจากการสำรวจของ PwC พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยยังคงเลือกซื้อสินค้าจากร้านเป็นช่องทางหลัก แต่ในขณะเดียวกันก็มีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกที่เห็นการเติบโตของการช้อปปิ้งออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในช่วงโควิด-19 จะเห็นได้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคไทยปรับตัวไปสู่ดิจิทัลมากขึ้น (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2564)

ธุรกิจออนไลน์จึงได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน การขายของออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาท ทั้งในด้านการตลาด และการพัฒนาระบบให้มีความสะดวกสบายในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้บริโภคสามารถเลือกชมสินค้าออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา ผู้ประกอบการก็สามารถรับทราบความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลาเช่นเดียวกันเพียงแค่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเท่านั้น การประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ซึ่งรัฐบาลไม่มีภารกิจกีดกันทางการค้าเป็นการค้าแบบเสรี ส่งผลให้ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งเปลี่ยนตัวเองจากผู้บริโภคมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (จุฑาพร รัตนโชคกุล, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะเป็นประชากรวัยทำงานจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของประชากรวัยทำงานที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลในอนาคต และเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจออนไลน์

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

#### **ขอบเขตงานวิจัย**

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีขอบเขตการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเปิดตารางของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

#### **สมมติฐานของการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมตามแผนส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

#### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทำให้ทราบถึงระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

2. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของประชากรวัยทำงานที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลในอนาคต และเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจออนไลน์

**แนวคิดและทฤษฎี**

#### 1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

Ajzen (1991) ได้กล่าวไว้ว่า ความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้ของบุคคลที่มีความเต็มใจที่จะพยายามอย่างหนักหน่วงในการวางแผนและลงมือทำโดยแสดงออกให้เห็นเป็นพฤติกรรม ยิ่งมีความตั้งใจมาก พฤติกรรมก็就会有ความชัดเจนมาก ซึ่งสามารถใช้ได้จริงกับการศึกษาด้านความตั้งใจ เพราะการวัดพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยากต่องานวิจัย

#### 2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ

Shane, et al. (2003) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย 6 ประการ ดังนี้

1. ทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตมากจะเป็นคนที่มีความรับผิดชอบสูงเพื่อผลลัพธ์ มีทักษะและความพยายาม และการเผชิญหน้ากับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง และมีความชัดเจน

2. กล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง (Need for achievement) จะถูกควบคุมโดยความกล้าที่จะเสี่ยงซึ่งเป็นความน่าสนใจของงานวิจัยด้านการประกอบการ เนื่องจากกระบวนการประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยง (McClelland, 1961)

3. อดทนต่อความคลุมเครือ (Tolerance for ambiguity) หมายถึง การอดทนต่อความคลุมเครือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากความท้าทาย และการประสบความสำเร็จในธุรกิจ Start up เป็นเรื่องที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Schere, 1982)

4. เชื่อในปัจจัยควบคุม (Locus of control) หมายถึง คุณลักษณะที่ส่งผลต่อแรงจูงใจอีกสิ่งหนึ่ง คือ ขอบเขตของความเชื่อของบุคคลที่ส่งผลต่อการกระทำหรือลักษณะของบุคคลที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ที่กระทำ บุคคลที่มีความเชื่อในปัจจัยควบคุมภายนอกจะเชื่อผลลัพธ์ของขอบเขตการควบคุมภายนอก ในขณะที่เดียวกันบุคคลที่เชื่อในปัจจัยควบคุมภายในจะเชื่อการกระทำของตนเองว่ามีผลลัพธ์ต่อสถานการณ์ (Rotter, 1966)

5. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) หมายถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ การเชื่อในความสามารถเพื่อเลือกใช้ทรัพยากรบุคคล ทักษะ และความสามารถเพื่อบรรลุระดับความสำเร็จในการทำงาน การรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถที่จะทำงานที่ถูกต้องกำหนดไว้ด้วยความมั่นใจ

6. การตั้งเป้าหมาย (Goal-setting) กรณีศึกษาบริษัททำสิ่งพิมพ์ขนาดเล็กของตนเอง โดยมีการวัดประสิทธิภาพ 4 ด้าน คือประสิทธิภาพทางการเงิน การเติบโตและนวัตกรรม เป้าหมายเชิงปริมาณของผู้ประกอบการมีไว้เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่มีความสอดคล้องกันทั้งในเวลาเดียวกัน และระยะยาว (Tracy et al., 1999)

Locke (2000) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจและการประกอบการ ไว้ดังนี้

มีแรงขับเคลื่อน (Drive) หมายถึง ความสัมพันธ์ของการขับเคลื่อนและความต้องการสู่ความสำเร็จโดยใช้หลักความเต็มใจ ใส่ความพยายาม ความทะเยอทะยานมีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการแสวงหาเพื่อสร้างสิ่งที่ดี เป็นสิ่งสำคัญเมื่อพวกเขาแสวงหาโอกาส ธรรมชาติของความกระตือรือร้น คือการสร้างรายได้หรือปรารถนาทำสิ่งใหม่ ความทะเยอทะยานเป็นการตั้งเป้าหมายให้กับตนเองและผู้อื่น เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สูงกว่า (Locke & Latham, 1990)

#### 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผน

Ajzen and Fishbein (1980) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) ไว้ดังนี้

1. ทศนคติต่อพฤติกรรม หมายถึง ระดับความเข้าใจของบุคคลที่รับรู้แรงดึงดูดของพฤติกรรม โดยทั่วไปบุคคลจะมีความเชื่อซึ่งมาจากการกระทำที่มีความเป็นไปได้อย่างสูงและนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกโดยจะมีทศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม

2. บรรทัดฐานทางสังคม คือ การรับรู้แรงกดดันทางสังคมเพื่อดำเนินการต่อพฤติกรรม การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมเป็นตัววัดการสนับสนุนจากสังคมโดยมีบุคคลสำคัญเป็นตัวแปร เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท และที่ปรึกษา

3. ความเข้าใจในการควบคุมพฤติกรรม เช่น การประเมินตนเองในด้านความสามารถในการทำงาน โดยมีการวัดผลจากการควบคุมพฤติกรรม

#### **4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ**

Secord and Backman (1974) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า เจตคติมิใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดแต่ก่อตัวมาจากการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม อาจจะเป็นสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูในวัยเด็ก การศึกษาเล่าเรียน ประสบการณ์ของบุคคล วัฒนธรรมของสังคม เช่น ความเชื่อทางศาสนา แนวคิดการดำรงชีวิตของสังคม ฯลฯ การรับถ่ายทอดทางบุคคลอื่น หรือจากสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก สื่อมวลชน และลักษณะส่วนตนหรือบุคลิกภาพ

#### **วิธีดำเนินการวิจัย**

##### **1. การออกแบบการวิจัย**

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

##### **2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงใช้การเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน หลังจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### **3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการประสบ

ความสำเร็จ ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ความกล้าเสี่ยง อดทนต่อความไม่แน่นอน แรงปรารถนา การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการตั้งเป้าหมาย มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตามแผน ซึ่งประกอบด้วย ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

#### **4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

#### **5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม**

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการภาพรวม 0.880 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ความต้องการประสบความสำเร็จ 0.724 ความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม 0.722 ความกล้าเสี่ยง 0.710 อดทนต่อความไม่แน่นอน 0.715 แรงปรารถนา 0.898 การรับรู้ความสามารถของตนเอง 0.847 และการตั้งเป้าหมาย 0.717 พฤติกรรมตามแผนภาพรวม 0.875 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ 0.878 บรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ 0.724 และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 0.832 ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ 0.885 และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ 0.926

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

## 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน หลังจากนั้นดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

## 7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามสถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลของแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ การตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเอง อดทนต่อความไม่แน่นอน ความต้องการประสบความสำเร็จ แรงปรารถนา ความกล้าเสี่ยง และความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม พฤติกรรมตามแผนของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 2 ด้าน โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก 1 ด้าน ได้แก่ บรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวม อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวมต่างกัน และประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพ และอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านแรงปรารถนา ความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยง ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ และแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการตั้งเป้าหมาย อดทนต่อความไม่แน่นอน และความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ พฤติกรรมตามแผน ด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ และพฤติกรรมตามแผน ด้านบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

### **บทสรุปและอภิปรายผล**

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านพร้อมทุ่มเทและทำทุกสิ่งเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจและท่านมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่เพื่อที่จะจัดตั้งและดำเนินงานธุรกิจใหม่ในอนาคต ทั้งนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านจะใช้ความพยายามทุกอย่างเพื่อจะสร้างและดำเนินธุรกิจของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วรุตม์ พิมพ์สอน (2565) ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านกีฬาของนักศึกษาปัจจุบัน และหรือศิษย์เก่าที่ศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด เมื่อดูคะแนนเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ฉันตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ในอนาคต

2. ผลการศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สุขรัรักษ์ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจและเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการความไว้วางใจและการสนับสนุนแฟรนไชส์ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพ และอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าสถานภาพ และอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัชทร นรเศรษฐีกุล (2561) การศึกษาคูณสมบัติของผู้ประกอบการ การวัดผลเชิงดุลยภาพและเครือข่ายของธุรกิจที่มีผลต่อความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการรายใหม่ โดยพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อระดับความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Start-up) ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา ก่อสุขทวีคุณ (2561) ได้ศึกษาการศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านแรงปรารถนา ความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยง ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านแรงปรารถนา ความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานโดยส่วนใหญ่ต้องการที่จะสร้างธุรกิจเป็นของตนเองมากกว่าการทำงานประจำ เพราะปัจจุบันการมีธุรกิจเป็นของตนเองสามารถเริ่มต้นทำได้ง่ายและสามารถสร้างรายได้ที่ดี โดยความต้องการมีรายได้ที่มาก เพื่อให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น ทั้งนี้ล้วนเป็นความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเองว่ามีความสามารถในด้านใดบ้าง เป็นการประเมินตนเองด้านศักยภาพในการเป็นเจ้าของธุรกิจ และเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยงสูงเพื่อผลตอบแทนที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา ก่อสุขทวีคุณ (2561) ได้ศึกษาการศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านแรงปรารถนา และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรานิชรุ้ สรเสริมสมบัติ (2561) ได้ศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลของคุณลักษณะ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านความกล้าเสี่ยง และแรงปรารถนาส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

3.2 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการตั้งเป้าหมาย อดทนต่อความไม่แน่นอน และความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการตั้งเป้าหมาย อดทนต่อความไม่แน่นอน และความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การตั้งเป้าหมายจะต้องมีการกำหนดระยะเวลาชัดเจนและมีความท้าทาย ประชากรวัยทำงานให้ความสำคัญกับความมั่นคงในอาชีพการงาน มีการยอมรับผลลัพธ์ทั้งทางด้านบวกและด้านลบของการตัดสินใจในการกระทำของตนเอง และเชื่อในความพยายามของตนเองมากกว่าโชคชะตา จึงไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย จริญญา ก่อสุขทวีคุณ (2561) ได้ศึกษาการศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม และอดทนต่อความไม่แน่นอน ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สุขรัรักษ์ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจและเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการความไว้วางใจและการสนับสนุนผ่านช่องทางส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการซื้อธุรกิจผ่านโซเชียลของผู้ประกอบการในเขต

กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านอดทนต่อความไม่แน่นอน และการตั้งเป้าหมาย ไม่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 พฤติกรรมตามแผน ด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมตามแผน ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการที่จะสร้างธุรกิจได้จะต้องมีเงินทุน และต้องคำนึงถึงข้อดีและข้อเสีย ทั้งนี้ทัศนคติก็คือความคิดของบุคคลที่จะตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการ ในปัจจุบันประชากรวัยทำงานสามารถจัดตั้งและควบคุมธุรกิจได้ด้วยตนเอง ด้วยปัจจัยภายนอก เช่น สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ล้วนส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการได้อย่างง่ายดาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรนันท์ เรืองศรีมัน (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโทวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

4.2 พฤติกรรมตามแผน ด้านบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมตามแผน ด้านบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลการเป็นผู้ประกอบการ ในระดับมาก มีความเห็นว่า บรรทัดฐานทางสังคมเป็นการรับรู้แรงกดดันทางสังคมเพื่อดำเนินการต่อพฤติกรรม โดยมีบุคคลสำคัญเป็นตัวแปร เช่น ครอบครัว และเพื่อนสนิท เป็นต้น และจากการวิจัยครั้งนี้ความคิดเห็นไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลสำคัญ ไม่ส่งผลการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรุตม์ พิมพ์สอน (2565) ทำการศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านกีฬาของนักศึกษาปัจจุบัน และ/หรือศิษย์เก่าที่ศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านกีฬาย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ประชากรวัยทำงานเมื่อเห็นโอกาส ความพร้อมด้านทรัพยากรทางธุรกิจ ความน่าสนใจหรือความพึงพอใจในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นเจตคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นสร้างธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

อนงค์ รุ่งสุข (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### **ข้อเสนอแนะ**

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของประชากรวัยทำงานที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลในอนาคต และเป็นแนวทางในการพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจออนไลน์ ดังต่อไปนี้

#### **แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ**

1. แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านแรงปรารถนา ความต้องการประสบความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยง ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น เมื่อบุคคลมีแรงปรารถนาที่มาจากบุคคลที่ประกอบธุรกิจออนไลน์แล้วประสบความสำเร็จ แรงปรารถนานั้นจะนำไปสู่ความต้องการเป็นผู้ประกอบการ หรือบุคคลที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งหน้าที่การงาน หรือเงินเดือน ก็อาจจะมีแนวโน้มต่อการเป็นผู้ประกอบการสูงไปด้วย การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความกล้าเสี่ยงมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากการทำธุรกิจก็เปรียบเสมือนการลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทน ล้วนแต่มีความเสี่ยง หากบุคคลที่มีความกล้าเสี่ยงก็อาจจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการเร็วกว่าบุคคลที่ไม่กล้าที่จะเสี่ยง

2. แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการตั้งเป้าหมาย อดทนต่อความไม่แน่นอน และความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้การตั้งเป้าหมายไม่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ อาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ อาจจะไม่ได้อำนาจสำคัญกับเรื่องการตั้งเป้าหมาย ปัจจุบันต้องเผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และสภาพความเป็นอยู่ และยังเป็นสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน แต่ก็สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ เช่น การทำธุรกิจออนไลน์ เป็นการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกัน ช่วยสร้างรายได้ในช่วงการดำเนินธุรกิจที่ต้องหยุดตัวลง ทั้งนี้ความอดทนต่อความไม่แน่นอน และความเชื่อต่อปัจจัยบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการยอมรับผลของการกระทำของตนเอง หรือความเชื่อเรื่องโชคชะตาที่มีอิทธิพลต่อเหตุการณ์ในชีวิต ล้วนไม่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน

#### **พฤติกรรมตามแผน**

1. พฤติกรรมตามแผนด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าตัวเองสามารถดำเนินธุรกิจหรือสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้หรือไม่ จึงมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ และทัศนคติหรือความคิดเห็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ หากบุคคลมีความคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการมีข้อเสียมากกว่าข้อดี ก็อาจจะส่งผลทำให้ไม่อยากเป็นผู้ประกอบการ

2. พฤติกรรมตามแผนด้านบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น ปัจจุบันบุคคลส่วนใหญ่อาจไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องบรรทัดฐานทาง

สังคมที่มีบุคคลสำคัญเป็นตัวแปร เช่น ครอบครัว หรือเพื่อนสนิท เป็นการเชื่อมั่นในตนเองมากกว่า จึงไม่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ

#### ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น เจตคติเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการ หากมีเจตคติในด้านบวก เช่น เห็นข้อดีมากกว่าข้อเสียในการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสที่จะเป็นผู้ประกอบการก็จะมีมากตามเจตคติของตนเอง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านเจตคติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากตัวบุคคล และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 ที่เป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของประชากรวัยทำงานที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลในอนาคต และเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจออนไลน์

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาประชากรวัยทำงานทั้งหมดในแต่ละจังหวัดในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลในภาพรวมของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย

#### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *แผนและมาตรการการบริหารจัดการสถานการณ์โรคโควิด 19 สู่โรคประจำถิ่น*. กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
- จรรยา กอสุขทวีคุณ. (2561). *การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฑาทพร รัตนโชคกุล. (2561). *เส้นทางสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่ขายสินค้าออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑามาศ สุขรักษ์. (2564). *อิทธิพลแรงจูงใจและเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ความไว้วางใจและการสนับสนุนแฟรนไชส์ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัยคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2564). *เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19*. ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2566, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html>.
- พัทธนันท์ เรืองศรีมัน. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัทรานิชษฐ์ สรเสริมสมบัติ. (2561). *คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย*

- ราชภัฏเชียงใหม่. รายงานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วรุตม์ พิมพ์สอน. (2565). *ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านกีฬาของนักศึกษาปัจจุบัน และ/หรือศิษย์เก่าที่ศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ของหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีรภัทร นรเศรษฐีกุล. (2561). *การศึกษาคุณสมบัติของผู้ประกอบการ การวัดผลเชิงคุณภาพและเครือข่ายของธุรกิจที่มีผลต่อความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการรายใหม่*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อนงค์ รุ่งสุข. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Locke, E. A. (2000). *The prime movers: Traits of the great wealth creators*. Amacom New York.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting & task performance*. Prentice-Hall, Inc.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society, Princeton, NJ*. Van no strand Co.
- Rotter, J. B. (1966). *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement*. Psychological monographs: General and applied, 80(1), 1.
- Schere, J. L. (1982). *Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variable Between Entrepreneurs and Managers*. Paper presented at the Academy of management proceedings.
- Secord, P. F., & Backman, C. W. (1974). *Social psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Tracy, K., Locke, E., & Renard, M. (1999). *Conscious goal setting versus subconscious motives: Longitudinal and concurrent effects on the performance of entrepreneurial firms*. Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management, Chicago, IL.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)*. New York: Harper and Row Publications.