

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์
ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Intention to Become Online Entrepreneur
of the People in Bangkapi District Bangkok

ยุวดี ไชยศรี
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Yuvadee Chaisri
E-mail: 6114993832@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ความพึงพอใจในงานประจำ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ความพึงพอใจในงานประจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.90$) และความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความหลงใหลธุรกิจออนไลน์มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านลักษณะการใช้งานและด้านการอำนวยความสะดวก มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

The purpose of this study is to examine the factors affecting the level intention to become online entrepreneur of the people in Bangkok District Bangkok factors include Demographic factors, personality factor, attitude towards entrepreneurship factor, social norms factor, perceived behavioral control factor, passion for online business, job satisfaction and technology acceptance. The 400 sample were drawn from people in Bangkok District, Bangkok. 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 people in Bangkok District, Bangkok of the respondents were female under 30 years old, received Bachelor's Degree, company employee and received monthly income of 20,001 – 30,000 bath. Personality factor was at high level (\bar{X} = 4.08). Attitude towards entrepreneurship factor was at high level (\bar{X} = 4.00). Social norms factor was at high level (\bar{X} = 3.67). Perceived behavioral control factor was at high level (\bar{X} = 3.70). Passion for online business was at high level (\bar{X} = 3.57). Job satisfaction was at high level (\bar{X} = 3.75). Technology acceptance factors were at high level (\bar{X} = 3.88) When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was convenience (\bar{X} = 3.90). Intention to become online entrepreneur of the people in Bangkok District Bangkok was rated at a high level (\bar{X} = 3.58)

The results of hypothesis test show that (1) the most people in Bangkok District, Bangkok with different age, education and income had different overall Intention to become online entrepreneur at statistical significance of 0.05 levels. (2) Personality factor, social norms factor, perceived behavioral control factor and passion for online business had effect the intention to become online entrepreneur of the people in Bangkok District Bangkok at statistical significance of 0.05 levels. (3) Technology acceptance factors, task characteristics and facilitating condition had effect the intention to become online entrepreneur of the people in Bangkok District Bangkok at statistical significance of 0.05 levels.

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ส่วนหนึ่งเกิดจากองค์กรต่าง ๆ ระดับโลก ต่างคิดค้นสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยี และพัฒนาอย่างต่อเนื่องอย่างรวดเร็วจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่งต่อมายังประเทศกำลังพัฒนา ส่งผลให้องค์กรระดับรองลงมาได้รับผลกระทบต้องปรับเปลี่ยนและแสวงหากลยุทธ์ต่าง ๆ ของตนภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกให้มีความสอดคล้องกันเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก อยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าต่อไป (กนกพร กระจำแสง, 2560)

ด้วยความมุ่งมั่นขององค์กรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในทุกส่วนของ กิจกรรมดำเนินงาน สืบเนื่องจากตลาดมีการแข่งขันค่อนข้างสูงการสร้าง ความแตกต่างในนวัตกรรมที่ได้คิดค้นมานั้นได้รับความมั่นใจว่าเกิดเป็นสมรรถนะที่โดดเด่นสำหรับองค์กร ซึ่งจะทำให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Delmar & Davidsson, 2000) ดังนั้นในหลายประเทศต่างให้ความสำคัญในการสร้างผู้บริหารที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเน้นการเป็นผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมให้ เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและความเจริญก้าวหน้า (Scott & Twomey, 1988) ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่อาจอยู่ในรูปแบบธุรกิจต่าง ๆ เช่น บุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของ ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท เป็นต้น โดยที่การนำองค์ความรู้ที่ได้จากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่จะทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในระดับประเทศและระดับโลก และเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญของการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและยั่งยืนดังนั้นในแต่ละประเทศควรให้ความสำคัญในการปลูกฝังการทำธุรกิจให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ด้วย

ด้วยการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) จึงทำให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถูกนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์และแทรกซึมเข้าสู่สังคมอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างกว้างไกลและครอบคลุม ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้สังคมโดยรวมเข้าสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปแบบออนไลน์ นอกเหนือจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตในเชิงข้อมูลข่าวสาร การทำงานและวิถีชีวิตส่วนตัว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาของเครื่องมือชนิดใหม่ในโลกออนไลน์ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) จนนำไปสู่การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำงานของผู้บริโภคถูกหล่อหลอมไปอย่างช้า ๆ โดยมีเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation) เป็นหัวใจสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ดีที่สุด เมื่อเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการเชื่อมโยงข้อมูลกำลังก้าวสู่เป้าหมายแห่งการเชื่อมโยงผู้คนทั่วโลก (Globally Connected) เป็นตัวแปรสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าการเชื่อมโยง (Connectivity) มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด และส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมากที่สุด (McKinsey, 2014)

ด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนที่เปลี่ยนแปลงไปจากการซื้อสินค้าตามร้านค้าทั่วไปหรือในห้างสรรพสินค้านั้น มีแนวโน้มที่ลดลงแต่กลับมีแนวโน้มการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากความสะดวกรวดเร็วทำได้ทุกเวลา ในด้านผู้ประกอบการมีลงทุนการในสินทรัพย์ดำเนินงานไม่มากสามารถทำได้ที่บ้านไม่ต้องเช่าสถานที่ตั้งสินค้าเหมือนร้านค้าทั่วไป

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบในการ ตัดสินใจ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถทำธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้ตนเอง สร้างคุณค่าให้กับสังคม อีกทั้งยังเป็นการร่วมสร้างการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เป้าหมายในการเติบโตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ และความพึงพอใจในงานประจำ ที่มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษา และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 146,106 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ความพึงพอใจในงานประจำ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจในงานประจำ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการกิจการขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ความพึงพอใจในงานประจำ และการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

3. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ประชาชนที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ในการตัดสินใจทำธุรกิจออนไลน์ และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถทำธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้ให้ตนเอง สร้างคุณค่าให้กับสังคมต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

Bolton and Thompson (2000) ได้ให้คำจำกัดความของ ผู้ประกอบการ ว่า เป็นบุคคลที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องและสามารถนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าของระบบเศรษฐกิจได้ ภายใต้โอกาสที่มองเห็น จะ เห็นว่า ผู้ประกอบการตามความหมายของ Bolton and Thompson (2000) ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ว่า เจ้าของกิจการเท่านั้นแต่อาจรวมถึงบุคคลในองค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชนที่มีความเป็น ผู้ประกอบการอยู่ภายในและมองเห็นโอกาสจนสามารถผลักดันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ขององค์กรได้

Frese (2000) ได้เสนอคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการไว้ 6 ด้านคือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความ กล้าเสี่ยง (Risk taking) การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressive) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจใน การเรียนรู้ (Stability and Learning) และความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement) ส่วนการศึกษา ของ Lee and Peterson (2000) แบ่งลักษณะของผู้ประกอบการไว้ 5 ด้านคือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk talking) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) และการแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressive)

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง สภาวะทางจิตใจของบุคคลที่บ่งชี้ถึงความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการของตนเอง โดยเป็นพฤติกรรมที่กระทำด้วยความตั้งใจและมีกรวางแผน ไว้เป็นเวลานาน จึงต้อง

ทำการศึกษาดังการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กรเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจ พร้อมทั้งเป็นผู้แบกรับความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจ หรือมีบทบาทเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบ และตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ดีตามพันธะในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่ หรือนำความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่ เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ตามวิถีพอเพียงสร้างความมั่นคงแก่กิจการและรับผิดชอบต่อสังคม การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมใหม่สู่ตลาดตลอดเวลา

2.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้าหรือบริการ การชำระเงิน การโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต (การพัฒนาาระบบอิเล็กทรอนิกส์, 2563)

กระทรวงพาณิชย์ ระบุว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจ ทุกรูปแบบ ที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบสื่อสารโทรคมนาคม หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

ฉวี วิชญเนติชัย (2539) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของลักษณะทางร่างกาย และพฤติกรรมที่ปรากฏออกมาให้สังเกตเห็นได้ และรวมทั้งพฤติกรรมภายในอีกด้วย ซึ่งลักษณะ ทางร่างกายของบุคคลได้แก่ รูปร่าง หน้าตา และผิวพรรณ ส่วนพฤติกรรมที่ปรากฏออกมาให้ สังเกตเห็นได้คือ กิริยา ท่าทางและการแต่งกาย และพฤติกรรมภายในได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด ความ ต้องการและความสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่บุคคลได้มาโดยกำเนิดหรือได้รับจากประสบการณ์ อันมีผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ

ด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards Entrepreneurship) เจตคติ (Attitude) เป็น ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึก ชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี (Fishbein & Aizen, 1975) เจตคติมิใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิดแต่ก่อตัว มาจากการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่ง Secord and Backman (1974) ได้สรุปว่า อาจจะเป็นสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูในช่วงเยาว์วัย การเรียนการสอน ประสบการณ์ของแต่ละคน ประเพณีของสังคม วัฒนธรรม เช่น พิธีกรรมทางศาสนา แนวปฏิบัติ ความเป็นอยู่ประจำวันของสังคม ฯลฯ การสืบทอด จากคนอื่น หรือจากสังคมที่คนนั้นอยู่ และลักษณะเฉพาะบุคคล

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม

บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) คือ การรับรู้เกี่ยวกับความคาดหวังของ สมาชิกในกลุ่มที่มีต่อตนเอง สมาชิกในกลุ่ม หมายถึงพ่อแม่ ญาติพี่น้อง เพื่อน คู่สมรสและบุคคล อื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้น บุคคลที่มีความสำคัญเหล่านี้มีความคาดหวังว่าสมาชิกในกลุ่มจะมีการกระทำต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม ซึ่งจะทำให้บุคคลรู้สึกไม่สบายใจ หากกระทำตนเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานนั้น

6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived Behavioral Control) หมายถึง การประเมินผลด้านบุคคลว่าตนเองมีความสามารถที่จะประกอบกิจการให้ประสบ ความสำเร็จหรือไม่ ในการวิจัยนี้การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรที่มีความ คล้ายคลึงกับความเชื่อในสมรรถภาพของตน (self-efficacy beliefs) ของ Bandura (1977) ซึ่ง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนในการจัดการหรือทำงานหนึ่งๆ ความเชื่อ นี้มีความสำคัญมากในแง่ที่เป็นกลไกควบคุมการกระทำของบุคคล

7.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความหลงใหลธุรกิจออนไลน์

สิ่งที่มีความสำคัญแต่ยังไม่ได้มีการศึกษาเท่าที่ควรเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการเกิดเป็นความตั้งใจในการผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ นั่นคือ ความหลงใหลในงานของบุคคล งานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความเข้ากันได้ของความหลงใหลในงาน เช่น ลักษณะของคนที่บ้านงาน (workaholics)

ในขณะที่ Ho et al. (2011) และ Baum and Locke (2004) ได้ศึกษาความหลงใหลในงานที่เกี่ยวกับความสมัครใจและความกระตือรือร้นในการทำงานของบุคคล พบว่า ความหลงใหลในงานนั้นเป็นสิ่งที่บุคคลมีประสบการณ์ความรู้สึกที่ดี และมีความสุขเมื่อเขามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานนั้น ๆ

8.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานประจำ

ความพึงพอใจในงานเป็นประเด็นที่ถูกให้ความสนใจเป็นอย่างมากในงานวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การ ซึ่งองค์กรที่มีนโยบายหรือระเบียบการปฏิบัติในการทำงานที่ไม่เหมาะสมจะทำให้ความพึงพอใจในงานของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งนั่นอาจทำให้พนักงานต้องการที่จะออกไปเริ่มต้นสร้างธุรกิจของตนเองได้ (Cromie & Hayes, 1991)

9.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ลัดดา ไกรติ (2548) ให้ความหมายเทคโนโลยี หมายถึง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารที่นำมาใช้ในการจัดทำระบบสารสนเทศ และสื่อสารสนเทศ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผล จัดสร้าง และแสดงผลสารสนเทศตามที่ต้องการ การบันทึกข้อมูลสำหรับแสดงผลข้อมูล สำหรับจัดเก็บข้อมูลบนสื่อ และเทคโนโลยีสำหรับการสื่อสารส่งผ่านข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

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

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 146,106 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973). ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ และความพึงพอใจในงานประจำ มีคำถามทั้งหมด 38 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลักษณะการใช้งาน และการอำนวยความสะดวกมีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงาน
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
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) ปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมเท่ากับ 0.950 ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพเท่ากับ 0.875 ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.871 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคมเท่ากับ 0.771 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองเท่ากับ 0.857 ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์เท่ากับ 0.941 และความพึงพอใจในงานประจำเท่ากับ 0.816 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมเท่ากับ 0.924 ด้านลักษณะการใช้งานเท่ากับ 0.836 และด้านการอำนวยความสะดวกเท่ากับ 0.896 ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์เท่ากับ 0.956

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร และมีงานประจำทำเป็นปกติโดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าคุณผล โดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
 - 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ความพึงพอใจในงานประจำ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ความพึงพอใจในงานประจำ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ความพึงพอใจในงานประจำ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม และความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ การอำนวยความสะดวก และลักษณะการใช้งาน

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีเพศ และอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหลงใหลธุรกิจออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร และความพึงพอใจในงานประจำ ไม่มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านลักษณะการใช้งานและด้านการอำนวยความสะดวก มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการผันตัวเป็นผู้ประกอบการเป็นทางเลือกอาชีพที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่มีความรู้และครอบครัวมีสถานประกอบการสามารถเริ่มต้นทำธุรกิจของตนเองด้วยความเชื่อมั่น ความมุ่งมั่น ความพยายามและความอดทนจะส่งผลต่อความสำเร็จ พอใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเป็นพนักงานในบริษัท/องค์กรขนาดใหญ่ การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจที่ตนเองสร้างขึ้นดีกว่าเป็นผู้จัดการในบริษัทที่มีอยู่แล้ว การมีทักษะในการสื่อสารและภาวะผู้นำในการเป็นผู้ประกอบการที่ดี มีความพร้อมในการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการควบคุมกระบวนการสร้างธุรกิจใหม่ และการเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนในการทำให้เศรษฐกิจและสังคมของประเทศมั่นคงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ และคณะ (2561) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจคหกรรมศาสตร์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่าความต้องการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจคหกรรมศาสตร์อยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่ต่างกันแสดงว่า เพศ และอาชีพ ไม่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของของ จริญญา กอสุขทวีคุณ (2561) ที่ได้ศึกษา แรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า เพศ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามอาจมองว่าไม่ว่าจะประกอบอาชีพใดหากต้องการผันตัวมาเป็นเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ก็สามารถทำได้ดังนั้น อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ประกอบกับปัจจุบันการสื่อสารบนสื่อออนไลน์หรือ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างกว้างไกลและครอบคลุม ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้สังคมโดยรวมเข้าสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปแบบออนไลน์ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นช่องทางเพิ่มอาชีพใหม่ด้วยการนำสื่อออนไลน์มาใช้ในเชิงพาณิชย์จากสถิติคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและมีบัญชีโซเชียล คิดเป็นร้อยละ 75 เล่นโซเชียลเฉลี่ยวันละเกือบ 2.55 ชั่วโมงต่อวัน อันดับการใช้งานผ่านโซเชียล Facebook เป็นอันดับที่ โดยมีบัญชี social media 52 ล้านบัญชี (We are Social , 2020)

2.2 ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ โดยมีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกันสามารถบอกได้ว่าความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายขายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ อายุส ยური (2560) ได้ทำวิจัยการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up พบว่า อายุระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up ในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และเนื่องจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 60,001-75,000 บาท อยู่ในช่วงที่กำลังเป็นหัวหน้า มีลูกน้องในทีม มีประสบการณ์ต่าง ๆ และมีโอกาสมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งทำให้สามารถตัดสินใจได้ดีกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า รวมไปถึงช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนี้ส่วนมากมักจะอยู่ในวัยที่มีครอบครัว มีภาระทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ครอบครัว จึงทำให้มีแนวโน้มในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up สูง

8. ผลการศึกษาความพึงพอใจในงานประจำ มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจในงานประจำไม่มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในงานประจำในระดับมากโดยมองว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความพอใจในงานประจำที่ทำอยู่หรือไม่ก็ไม่เป็นอุปสรรคต่อการผันตนเองมาเป็นผู้ประกอบเพื่อสนองความต้องการของตนเองที่ต้องการความมั่นคงซึ่งสอดคล้องแนวคิดความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่ Maslow (1943) กล่าวถึงความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิตจะต้องได้รับการตอบสนอง

9. ผลการศึกษาปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

9.1 ปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านลักษณะการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านลักษณะการใช้งาน ในระดับมากโดยเห็นว่าการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างกว้างไกลและครอบคลุม ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้สังคมโดยรวมเข้าสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปแบบออนไลน์ เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ลักษณะการใช้งานไม่ซับซ้อนทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นช่องทางนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนงค์ ทองกระจ่าง (2560) ได้ทำวิจัยการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก แอปพลิเคชัน Shopee ลดขั้นตอนตอนในการสั่งซื้อสินค้า การสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ทำให้สะดวกเป็นที่นิยม แอปพลิเคชัน Shopee ช่วยให้ท่านเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นแอปพลิเคชัน Shopee มีความรวดเร็วในการค้นหาสินค้าและมีการส่งผ่านระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้มีปฏิสัมพันธ์กัน

9.2 ปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการอำนวยความสะดวก ในระดับมาก โดยเห็นว่าการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วแบบReal Time และครอบคลุมเนื้อหาในรายละเอียดสินค้าส่งผลให้สังคมโดยรวมเข้าสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปแบบออนไลน์ สะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นช่องทางนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ปิ่นเจริญ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคลมิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลาดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำได้ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารงานบุคคล ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะของประชาชนที่อยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทั้งหมด เพื่อให้ทราบถึงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรายสินค้าผ่านออนไลน์ทั้งหมด

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร กระจำแสง. (2560). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและการสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพในการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลนครธน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), 116-129.
- กฤติน โภยวิริยะกุล. (2559). ความตั้งใจในการผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของนักพัฒนาซอฟต์แวร์. *มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- การพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์. (2563). พาณิซียอิเล็กทรอนิกส์ e-commerce. สืบค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2563, จาก <https://sites.google.com/site/electronics32042109/lesson-1>
- จรรยา กอสุขทวีคุณ. (2561). *การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉวี วิชญเนติชัย. (2539). *บุคลิกภาพและการปรับตัว*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนวคณะครุศาสตร์, สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- ลัดดา ไกรดิ. (2548). รายงานการวิจัยสถาบันเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศของคณาจารย์และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา : สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุภาวดี ปิ่นเจริญ. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ, ดรุณี โอวจริยาพิทักษ์, ธนพรรณ บุญยรัตกลิน, สมปรารถนาสุขสละ, สุกัญญา จันทกุล และสุริยา เทพิน. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจคหกรรมศาสตร์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*.
- อนงค์ รุ่งสุข. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*.
- อรอนงค์ ทองกระจ่าง. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee. *มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- อายุส ยური. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up ในประเทศไทย. *มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Freeman, New York.
- Baum, J. R. & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*.
- Bolton, W., & Thompson, J. (2000) *Entrepreneurs: talent, temperament, technique*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Cromie, S., & Hayes, J. (1991). Business Ownership as a Means of Overcoming Job Dissatisfaction. *Personnel Review*, 20(1), 19-24.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they Come from? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs, *Entrepreneurship & Regional Development*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Frese, M. (2000). Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach. Westport, CT: Greenwood.
- Ho, S.Y.W., Lanfear, R., Bromham, L., Phillips, M., Soubrier, J., Rodrigo, A. et al. (2011). Time-dependent rates of molecular evolution. *Molecular Ecology*.
- Lee, S., & Peterson, S. (2000). Culture, entrepreneurial orientation and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McKinsey, (2014). Global media report 2014. Retrieved from http://www.mckinsey.com/client_service/media_and_entertainment/latest_thinking/global_media_report_2014
- Scott, M., & Twomey, D. (1988). The Long-term Supply of Entrepreneurs: Students Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Secord, P. F., & Backman, C. W. (1974). *Social psychology* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Ed. New York. Harper and Row Publications.
- WeAreSocial (2020). สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1 ปี 2020, โพสต์ Feb 8, 2020, สืบค้น 24 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>