

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพ
ของคน Generation Z ในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพ
ของคน Generation Z ในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2564



.....
ประพันธ์ สุขไพบูลย์วัฒน์

.....
สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์กัญญาภัสส์ ปันจยีสี่,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักรธรรม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ทุกประการ เนื่องด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงของอาจารย์ ดร.สุเทพ นิ่มสาย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เล่มนี้ ที่ให้คำปรึกษา ชี้แนะทางด้านวิชาการต่างๆ และสละเวลาให้ความสนับสนุนช่วยเหลือแก่ผู้ทำวิจัยเป็นอย่างมาก ตั้งแต่เริ่มงานวิจัยจนกระทั่งคล้วงไปด้วยดี ตลอดจนรองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาภัคส์ ปันจยสิทธิ์ ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ และอาจารย์ ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตมิกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่ามาให้คำแนะนำ และวิธีการบูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องด้วยความเชี่ยวชาญยิ่ง ตลอดจนชี้แนะแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตา กรุณาและขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร หัวหน้าสาขาการตลาด ที่ได้ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคต่างๆ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีระบบ

ขอขอบคุณผู้เข้าร่วมการวิจัยทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับงานวิจัยนี้ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัว สำหรับความห่วงใย กำลังใจและให้การสนับสนุนต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ กัลยาณมิตรทั้งหลาย ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมากที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและเอื้อเฟื้อของทุกท่านอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

ประพันธ์ สุขไพบุลย์วัฒน์

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทย
A RESEARCH OF GENERATION Z INTENT TOWARDS HEALTHCARE INDUSTRY
ENTREPRENEURSHIP

ประพันธ์ สุขไพบุลย์วัฒน์ 6250395

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: สุเทพ นิมสาย, Ph.D., รองศาสตราจารย์กัญญภัทส์ ปันชัยสิทธิ์, Ph.D., ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤฒิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) 2.1 ศึกษาระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย 2) 2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่ม เจเนอเรชั่น Z (อายุ 18-20 ปี) ซึ่งกำลังศึกษาระดับชั้นอุดมศึกษา จำนวน 400 คน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่

ระดับสูงที่สุดรองลงมาเป็น ปัจจัยด้านโอกาส (OP) ด้านความสามารถของตน (SEE) ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB) ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ตามลำดับ ซึ่งทุกปัจจัยส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน เจเนอเรชั่น Z ประเทศไทย (EIH)

คำสำคัญ : เจเนอเรชั่น Z / ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ/ ความตั้งใจ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร	5
1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	5
1.4 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและเจนเอเรชั่นซี (Generation Z)	7
2.1.1 สถานการณ์ด้านสุขภาพในประเทศไทย	7
2.1.2 ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ	7
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ	7
2.2.1 ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ	7
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.3.1 ประเด็นความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของเจนเอเรชั่น Z	8
2.3.2 ประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจนเอเรชั่น Z	9
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	13
3.1 ระเบียบวิจัย	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	13
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	13
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
3.4.1 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	16
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.7 สมมติฐานในการวิจัย	18
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	19
4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	19
4.2 ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ด้วยแบบเชิงโครงสร้าง	19
4.3 ตอนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable)	19
4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐานโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจนอเรชั่น Z ในประเทศไทย	30
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	27
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	32
5.1 สรุปผลการวิจัย	32
5.1.1 ข้อมูลทั่วไป	32
5.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์	33
5.1.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจนอเรชั่น Z	33
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	33
5.2.1 แบบจำลองความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจนอเรชั่น Z ประเทศไทย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.2 ประเด็นวิจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของเจนเนอร์ชั่น Z	
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	35
5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	35
5.4.1 ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน	35
5.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	35
บรรณานุกรม	36
ภาคผนวก	38
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	39
ประวัติผู้วิจัย	54

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในแต่ละตัวแปร	14
4.1	สัญลักษณ์ทางสถิติและความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติ	16
4.2	รายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์	17
4.3	ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 400)	18
4.4	ค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปร (n = 400)	20
4.5	ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 7 องค์ประกอบของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	22
4.6	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	24
4.7	ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้รับการปรับโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	28
4.8	อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่น Z ในประเทศไทย	29
4.9	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	34

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย	6
4.1	การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)	27
4.2	โมเดลสมการ โครงสร้างที่ได้รับการปรับ โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของความ ต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	31



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย

ในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้นั้น จำเป็น ต้องอาศัยพลังผลักดันจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง ทรัพยากรมนุษย์เป็นกุญแจสำคัญที่สุดที่จะ เป็นฟันเฟืองให้เกิดการขับเคลื่อน และก้าวสู่ทิศทางที่เหมาะสม การพัฒนาทรัพยากรทุนมนุษย์จึงเป็น สิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การศึกษาเป็นกลไกสำคัญ ที่สุดที่จะขัดเกลาและพัฒนาทรัพยากรทุนมนุษย์ให้มีความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถทางสาขาวิชาชีพ ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี ทักษะ การคิดอย่างมีตรรกะและแก้ไข ปัญหาอย่างเป็นระบบ ปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมอันพึงประสงค์ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และ การสร้างนวัตกรรมใหม่ การวางแผนการดำเนินชีวิตและการวางแผนทางการเงิน ทักษะการใช้ชีวิตบนรากฐานของคุณธรรมจริยธรรมอันดีงาม เพื่อการดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคมอย่างสันติสุข ตลอดจนการดูแลด้านสุขภาพและอาชีวอนามัยด้วย การพัฒนาทรัพยากรทุนมนุษย์ในแต่ละองค์ประกอบเหล่านี้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ นับเป็นการสรรสร้างสังคมอุดมปัญญา อันเป็นพื้นฐานของความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมของชาติอย่างยั่งยืน (อภิชา อินสุวรรณ และคณะ, 2561)

ประเทศไทยมีนโยบายในการมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2060-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้ อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและผลักดันสู่การปฏิบัติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการสุขภาพ ในข้อ 3.2.3 ที่ได้ระบุถึงการพัฒนากาบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง ด้วยแนวทางการพัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง โดยบริการสุขภาพเป็นหนึ่งในฐานบริการเดิมดังกล่าว ด้วยการส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตาม

มาตรฐานสากล ยกย่องคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ รวมทั้ง สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2561)

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2560-2569) ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ การพัฒนาบริการรักษาพยาบาล การพัฒนาบริการเพื่อส่งเสริม สุขภาพ การพัฒนาบริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก การพัฒนาบริการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ การพัฒนาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ใน 5 กลุ่มเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) รวมถึงอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) ในด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร รองรับการขยายตัวของกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ (จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ, 2561)

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงได้หาวิธีการในการส่งเสริมและขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมกลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) รวมถึงอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) ในด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร เพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการด้านสุขภาพในอนาคต โดยการมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรมสุขภาพ และจากเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทยในระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) พบว่า ในช่วง 20 ปีนี้ ประชากรที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ได้แก่ ผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ.2510 -2560 ซึ่งนับรวมผู้ที่อยู่ในแต่ละเจนเนอเรชันทั้งหมด 3 เจเนอเรชัน ได้แก่ Generation X หรือ “Gen-X” (พ.ศ.2508 - 2522) Generation Y หรือ “Gen-Y” (พ.ศ. 2523 - 2540) และ Generation Z Gen-Z (พ.ศ.2540) เป็นต้นไป (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2558)

เมื่อพิจารณาการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เมื่อพิจารณาถึงโลกของธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่สูงในปัจจุบัน อุตสาหกรรมของประเทศไทยซึ่งมักอยู่ในรูปแบบการผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ (Mass production) ไม่สามารถขับเคลื่อนพัฒนาต่อ ยอดหรือทัดเทียมกับนานาประเทศที่

พัฒนาแล้วได้ กล่าวคือ อุตสาหกรรมของประเทศไทยไม่ได้เป็นทั้งอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า ต้นทุนต่ำหรืออยู่ในกรอบเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อการเสริมสร้างอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจในประเทศไทยให้แข็งแกร่งขึ้น แนวคิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จึงถูกสร้างขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่เป็นเสาหลักค้ำจุน เศรษฐกิจภายในประเทศ ผู้ประกอบการในภาคส่วนนี้จำเป็นต้องได้รับการเรียนรู้ เสริมสร้างทักษะ การจัดการบริหาร การวางแผนหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ โดยมีภาครัฐทำหน้าที่ เป็นตัวกลางประสานความช่วยเหลือ สนับสนุนผู้ประกอบการในด้านการจัดหาเงินทุน การยืดหยุ่น กฎหมายหรือเอื้อเพื่อสิทธิประโยชน์ด้านธุรกิจ การหาช่องทางทางการตลาด การจัดหาผู้เชี่ยวชาญ หรือที่ปรึกษาในด้านต่างๆพร้อมทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ซึ่งแบบจำลองขั้นตอนการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีดังต่อไปนี้ 1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ 2) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการ ส่งเสริมความรู้ด้านการตั้งต้นและการทำแผนธุรกิจ 3) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริม ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและการทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์ 4) ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริมด้านช่องทางการตลาดในประเทศ และ 5) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการ ผลักดันในการส่งผลิตภัณฑ์สู่ตลาดต่างประเทศ (ทิพย์ดี ทัพพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ประเทศไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจ สมัยใหม่ ขาดทักษะในการติดต่อเจรจาธุรกิจระดับสากลและไม่รู้เท่าทัน สถานการณ์โลกที่ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การประกอบธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาด การค้าหรือการลงทุน นำไปสู่การไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด ดังนั้นภาครัฐต้องเร่งยกระดับ ความสามารถให้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญ ในการทำธุรกิจ การนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ การเสริมสร้างความสามารถในการค้าขายระหว่าง ประเทศ การส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจที่มุ่งตอบสนององตลาดระดับโลก (Global context) ซึ่ง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ทุก ระดับไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่มีศักยภาพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ในระดับฐานราก หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ด้านสุขภาพล้วนแล้วแต่จำเป็นต้องได้รับ

การพัฒนา ให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ (ทิบตี ทัพพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) ดังนั้น การก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ ที่เรียกว่า ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคที่กระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม มีความรุนแรงและรวดเร็วมากในทุกมิติ สืบเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลง และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีวิชาการทั่วโลก ที่หันมาให้ความสนใจศึกษาวิจัย และกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะที่เด็กและเยาวชนที่เกิดมาในศตวรรษที่ 21 หรือที่เรียกว่า Gen Z จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งหนึ่งในสมรรถนะที่จำเป็นของเด็กและเยาวชน คือ สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ (The Ontario Public Service, 2016)

กลุ่มเจเนอเรชัน Z (Generation Z) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารรอบตัวที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยแท้จริง สามารถเชื่อมต่อได้ทั่วโลก โดยการสนทนาโต้ตอบสามารถกระทำได้ทันที การสื่อสารระหว่างคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารผ่านข้อความบนหน้าจอมือถือ หรือคอมพิวเตอร์แทนการพูด (Cross-Bystrom, 2010) ช่วงเวลาในวัยเรียนของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ผ่านหนังสือ หรือเรียนรู้ผ่านการเรียนในห้องเรียน พวกเขาสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและในทุกสถานที่ที่พวกเขาต้องการให้สามารถเข้าถึงคำตอบได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะเรื่องที่มีความสนใจเป็นพิเศษ (Renfro, 2012) กลุ่มเจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มที่เกิดจากพ่อแม่กลุ่มเจเนอเรชัน X จึงได้รับอิทธิพลทางความคิดและการกระทำจากคนรุ่นนี้ ก่อให้มีความคล้ายคลึงกันระหว่างคนเจเนอเรชัน Z และคนเจเนอเรชัน X (Graham, 2018) ลักษณะการทำงานของบุคคลในเจเนอเรชันนี้ หากเปรียบเทียบกับกลุ่มคนเจเนอเรชัน Y ที่สามารถทำงานได้หลายอย่างในเวลาเดียวกันแล้ว คนในกลุ่มเจเนอเรชัน Z ยังสามารถทำงานได้หลายอย่างกว่าและมีประสิทธิภาพสูงกว่า (Adecco Group, 2015) เจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มแรกที่สามารถเชื่อมต่อทั่วโลกได้อย่างง่ายดายซึ่งจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงองค์กรในแบบที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (Bolser & Gosciej, 2015) ด้วยความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย ส่งผลถึงการพัฒนาความรู้และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Maioli, 2017) แต่ในขณะที่เดียวกันถ้าเลือกได้ในแง่ของการสื่อสารแล้ว คนเจเนอเรชันนี้ต้องการการสื่อสารแบบผ่านการพบปะตัวตนกันมากที่สุดถึงร้อยละ 43 รองลงมาจึงเป็นการส่งข้อความร้อยละ 24 (Graham, 2018)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย เนื่องจากแนวโน้มการดูแลสุขภาพสุขภาพในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ประกอบกับปัญหาด้านสุขภาพของผู้สูงอายุที่สูงเป็นอันดับแรกเนื่องจากประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุแล้ว ดังนั้น ธุรกิจการดูแลสุขภาพจึงมีความสำคัญต่อผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการในปัจจุบันและอนาคต

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนใน Gen Z จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ศตวรรษที่ 21

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ศึกษาระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

1.2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ บุคคลที่เกิดหลังปี พ.ศ.2540 Generation Z Gen-Z (พ.ศ.2540) ขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

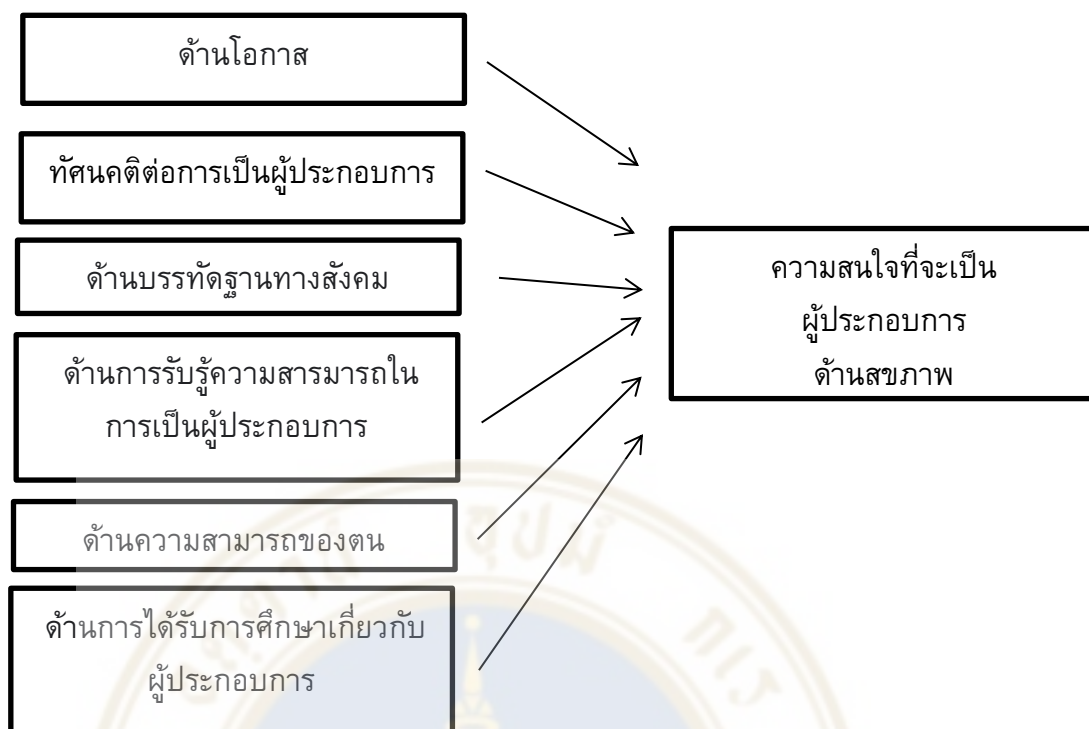
ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ปีการศึกษา 2564

4. กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย ตัวแปรอิสระประกอบด้วย ทศนคติ (McLeod (2008)) พฤติกรรมการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ (Pinchot (1985)) การรับรู้สมรรถนะความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (European Commission (2016)) และบรรทัดฐานทางสังคม (Hovell, et al., (1992)) ส่วนตัวแปรตามคือ ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1..1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติ พฤติกรรมการรับรู้ การรับรู้สมรรถนะความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม ส่งผลต่อความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของกลุ่มคนใน Gen Z

1.6.2 ทราบถึง แนวทางพัฒนากลุ่มคนใน Gen Z ที่เป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ศตวรรษที่ 21

1.6.3 หน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทราบความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของเจนเนอร์ชั่น Z เพื่อนำไปกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของกลุ่มคนในเจนเนอร์ชั่น Z ต่อไป

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทยผู้วิจัยทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ European Commission (2016) ซึ่งได้กล่าวถึงการจัดทำกรอบแนวคิดเพื่อพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการว่า ประกอบด้วย 3 ขอบเขตสมรรถนะหลัก คือ ด้านความคิดและโอกาส (Ideas and opportunities) ด้านการจัด ทรัพยากร (Resources) และด้านการนำไปปฏิบัติใช้งานจริง (Into action) แต่ละขอบเขตแบ่งออกเป็น 5 สมรรถนะย่อยซึ่งขอบเขตด้านความคิดและโอกาส ได้แก่ การมองเห็นโอกาส ความคิดสร้างสรรค์วิสัยทัศน์ คุณค่าของไอเดีย และจริยธรรมและความคิดอย่างยั่งยืน ขอบเขตด้านการจัดการทรัพยากร ได้แก่ ความตระหนักในตนเองและ การรับรู้ความสามารถตนเอง การสร้างแรงจูงใจและความขยันหมั่นเพียร การระดมทรัพยากร ความรู้ทางการเงินและเศรษฐกิจและการระดมคน ขอบเขตด้านการนำไปปฏิบัติใช้งาน ได้แก่ การริเริ่มที่จะทำการวางแผน และการบริหาร จัดการการรับมือกับความไม่แน่นอน ความคลุมเครือและความเสี่ยงในการทำงานกับผู้อื่น และการเรียนรู้ผ่าน ประสบการณ์ ซึ่งกรอบแนวคิดสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการนี้สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนา หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ที่จะสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการที่มีสมรรถนะ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ในการนิยามตัวพารามิเตอร์ในการประเมินผู้เรียนและวัดสมรรถนะของความผู้ประกอบการของคนทั่วไป (Bacigalupo, Kamyplis, Punie & Brande, 2016) นอกจากนี้งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดย Boyles (2012) ยังได้เน้นให้เห็นว่า การพัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่ต้องมีความรู้ ทักษะ และความสามารถให้สอดคล้องกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และรูปแบบการแข่งขันทางธุรกิจในยุคศตวรรษที่ 21 มีความจำเป็นสำหรับนักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาออกไปในสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในประเทศไทย เช่น พนิดา วัชรระรังษี (2560) ได้มีการศึกษา

สมรรถนะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต พบว่า ผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเครือข่ายเบญจมมิตร มีสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการและคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการกับคุณลักษณะของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเครือข่ายเบญจมมิตร โดยรวม และรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์กันในทางบวก และมีระดับสูง

การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ

พฤติกรรมกรเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Intrapreneurial Behavior) เป็นพฤติกรรมอันเกิดจากภาวะความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Intrapreneurship) ซึ่งมุ่งเน้นที่การสร้างสรรคนวัตกรรมจากภายในองค์กรผ่าน สมาชิกขององค์กรซึ่งได้รับการสนับสนุนให้คิดหรือพัฒนาสิ่งใหม่เพื่อให้ได้มาซึ่งโอกาสต่าง ๆ ผู้ประกอบการภายในองค์กร (Intrapreneur) ได้รับการกล่าวถึงในครั้งแรกโดย Pinchot (1985) ซึ่งหมายถึงบุคลากรขององค์กรที่มีบทบาทเสมือนเป็นผู้ประกอบการ การที่บุคลากรขององค์กรมีจิตวิญญาณและพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรถือเป็นจุดกำเนิดหนึ่งของการพัฒนาธุรกิจ พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ด้วยการกระตุ้นให้เกิดพลังแห่งนวัตกรรมใหม่จากภายในองค์กร (Hisrich et al., 2010; Razavi & Ab Aziz, 2017) นอกจากนี้การสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สนับสนุน พฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรสามารถเพิ่มคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ยกระดับความสามารถของ ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้ธุรกิจสามารถตอบโต้ต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนความร่วมมือข้ามสายงาน (Zahra, 1996) ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงต้องการให้บุคลากรมีพฤติกรรมกรเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร กล่าวคือเป็นบุคลากรที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างสรรคการทำงานเชิงรุก และกล้าเผชิญความเสี่ยง อย่างไรก็ตามการเสริมสร้างพฤติกรรมกรเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรต้องอาศัยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มาสนับสนุนทั้ง จากผู้นำองค์กร ระบบบริหารจัดการ รวมทั้งตัวบุคลากรเอง

ทัศนคติ

McLeod (2008) ได้จำแนกองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ด้าน เรียกว่า ABC model คือ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกในทางบวก หรือลบ หรือทั้งบวกและลบต่อเป้าหมาย ซึ่งเป็นความรู้สึกส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มของพฤติกรรมต่อสิ่งเร้า แสดงออกมาเป็นความตั้งใจที่จะทำบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งการจับ

สังเกตได้นั้นต้องใช้ระยะเวลาในการเฝ้าเก็บ ข้อมูลอย่างใกล้ชิด ซึ่งทำให้ในทางจิตวิทยามักใช้เจตนาเชิงพฤติกรรมเป็นตัวบ่งชี้ทางวาจาจากความตั้งใจ และ ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง การประเมินสิ่งเร้าที่เข้ามาด้วยกระบวนการคิด ซึ่งเป็นการใช้เหตุผลและตรรกะโดยอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ ความคิดเห็น จินตนาการ และความรู้ความเข้าใจ ส่วนบุคคลเกิดเป็นข้อสรุปที่บุคคลได้มีต่อสิ่งนั้น ๆ

บรรทัดฐานทางสังคม

Hovell, et al., (1992) ได้อธิบายว่า โดยส่วนใหญ่แล้วบุคคลสำคัญ ซึ่งได้แก่ บิดา มารดา พี่น้อง ญาติ เพื่อนสนิท อาจารย์ และคู่รัก เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกของบุคคลอย่างมาก บุคคลจะใช้ความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อตนเองเป็นแนวทางการประเมินสิ่งต่าง ๆ รวมไปถึงงานที่ตนทำด้วย ถ้างานที่เขาทำเป็นงานที่กลุ่มบุคคลที่สำคัญต่อเขาเห็นด้วย และให้ความสนใจ เขาจะพอใจในงานนั้น นอกจากนี้ Blackburn and Curran (1993) ได้อธิบายอิทธิพลของบุคคลสำคัญในงานวิจัยว่า บุคคลที่มีความต้องการที่จะประกอบธุรกิจของตนเองมากที่สุด มักจะเป็นผู้ที่มาจากครอบครัวที่พ่อแม่มีธุรกิจของตนเอง

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรกวีศิริสุข (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน:กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเอเรชั่น Y และเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจของคน เจนเอเรชั่น Y และคนเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลศึกษา จำนวนรวม 390 ตัวอย่าง การศึกษาใช้สถิติเชิงบรรยายและสถิติเชิงอนุมานรวมทั้ง การใช้วิธีการ วิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจของทั้งสองเจนเอเรชั่น โดยรวมมีความคล้ายกันหลายด้าน แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือ เจนเอเรชั่น Z ให้ความสำคัญมากกว่าเจนเอเรชั่น Y อย่างมี นัยสำคัญ ในประเด็นของความพึงพอใจในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต และปัจจัยจูงใจที่เป็นการกระทำเพื่อ ความสุขของตนเอง ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์เพื่อให้องค์กรได้ใช้ในการเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน และการเสริมสร้างแรงจูงใจให้เหมาะสมสำหรับคนเจนเอเรชั่น นี้ นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดและแนวทางปฏิบัติในการบริหาร ทรัพยากรบุคคล

ปวริศา จันทรอุดม และจรุญญา ปานเจริญ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์: กรณีศึกษาของธุรกิจความงามและสุขภาพงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์และเพื่อ เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล และประเภทธุรกิจ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์(Online Survey) จากตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการออนไลน์เฉพาะธุรกิจความงามและ สุขภาพ จำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ การแจกแจง ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ เทคนิค t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน Analysis of Variance (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัย แห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์ที่สำคัญที่สุด คือ ด้านความจงรักภักดีของผู้บริโภค รองลง มาคือ ด้านความพึงพอใจ ด้านความไว้วางใจ ด้านบริการหลังการขาย และด้านชื่อเสียง ตามลำดับผลการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการออนไลน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแห่ง ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันในภาพรวมและในรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านความจงรักภักดี ของผู้บริโภค ด้านความไว้วางใจ และด้านความพึงพอใจ และพบว่า ผู้ประกอบการออนไลน์ที่มีประเภท ธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแห่ง ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันในภาพรวม และในรายด้าน 2 ด้าน คือ ด้านชื่อเสียง และด้านความพึงพอใจ

ชุตินมณฑน์ ทิพย์จินดาชัยกุล (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอยผ่าน Paid Search ของคน Gen Z งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และความชื่นชอบ (Preference) ของกลุ่มคน Gen Z 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอยของกลุ่มคน Gen Z 3) เพื่อ ศึกษาความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับ Paid Search ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอยของกลุ่มคน Gen Z และ 4) เพื่อหาโอกาสทางธุรกิจ (Business Opportunity) ในการขยายฐานลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอยในกลุ่มคน Gen Z โดยใช้การสัมภาษณ์แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผ่านการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) หรือการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Interview) ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมีอายุตั้งแต่ 18-24 ปี จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบใช้และซื้อ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอยยี่ห้อใดก็ได้ ภายในระยะเวลา 3-6 เดือนที่ผ่านมา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มคน Gen Z เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบด้านการท่องเที่ยว และหาแรงบันดาลใจ ใหม่ๆ รวมถึงใส่ใจเรื่องภาพลักษณ์ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นผิวหน้าหรือรูปร่าง

โดยเฉพาะบนโซเชียล มีเดีย นอกจากนี้ยังบริโภคสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเป็นชีวิตจิตใจ ส่วนใหญ่ จะใช้เวลาอยู่บนช่องทาง Facebook, YouTube, IG และ Twitter เป็นหลัก จึงทำให้เห็นโฆษณาต่าง ๆ ผ่านช่องทางเหล่านี้ แต่ หากสนใจสินค้าหรือโฆษณาไหน จะนำไป Search หาข้อมูลต่อการตัดสินใจซื้อทุกครั้ง เพื่อดู รายละเอียดสินค้า เปรียบเทียบราคา หรือดูรีวิว จากการค้นหาข้อมูลแต่ละครั้งกลุ่มคำ (Keyword) เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มนี้คลิกเข้าไปดู ซึ่ง Keyword ที่กลุ่มนี้คลิกเข้าไปดูมากที่สุด คือ กลุ่มคำที่เป็น ปัญหาผิวหนังที่กังวลอยู่ หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้ ได้แก่ หน้าเด็ก ครีมหน้าเด็ก เป็นต้น จึงทำให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้วความสวยงามไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่ ช่วงอายุใดอายุหนึ่ง คนกลุ่ม Gen Z เป็นอีกกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมรอย เช่นเดียวกับคนในเจนเนอเรชันอื่น ที่มีอายุ มากกว่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มคน Gen Z เป็นอีก หนึ่งกลุ่มลูกค้าที่เป็น โอกาสของธุรกิจในการ ขยายฐานลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ประเภทครีมรอยได้ในอนาคต

ณัฐนิชา ดวงขจี (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะ การเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ สังคมออนไลน์และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ของนักศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำนวน 340 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บ ข้อมูล และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ Chi-square ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้ ได้แก่ Youtube, Facebook, LINE และ Instagram ในปริมาณที่น้อยและมีการใช้บริการ สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเปรียบได้ กับปัจจัยที่ 5 ของการดำเนินชีวิตประจำวันของนักศึกษา และ พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างมี สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา พบเพียงสำนักวิชาที่นักศึกษาสังกัดมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ และพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉพาะ LINE และ Twitter มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นอกจากนี้ ผล การศึกษายังบ่งชี้ถึงความสำคัญของการส่งเสริมทักษะ การเป็นผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษา และการผลักดันให้นักศึกษาสามารถมองเห็น โอกาสในการทำธุรกิจในอนาคต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัว นักศึกษา ตลอดจนสถาบันการศึกษาในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยและ ใช้

กระบวนการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ
ให้แก่นักศึกษา อันเป็นเป้าหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศในยุคดิจิทัล



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ดังนี้

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคคลที่เกิดหลังปี พ.ศ.2540 Generation Z Gen-Z (พ.ศ. 2540) ขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบเจาะจง โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้สูตรในการคำนวณของ Cochran (1977) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ราย

3.1.1.2 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน-กรกฎาคม 2564 เป็นระยะเวลา 4 เดือน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับแบบ สอบถามนั้นผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารจากงานวิจัยอื่น ๆ และคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการทำงานวิจัย เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ต่อเดือน 6) สถานภาพการสมรส

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ พฤติกรรมการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และ ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เป็นแบบสอบถามประเมินค่ามีลักษณะการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) โดยแบ่งค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับค่าคะแนนมีความหมายดังนี้

5	หมายถึงเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึงเห็นด้วยในระดับมาก
3	หมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง
2	หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อย
1	หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 43)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 - 5.00	หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 - 4.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 - 3.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 - 2.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็น/ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงข้อคิดเห็น และเสนอแนะเพิ่มเติม

3.2.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย และขอบเขตของการวิจัย โดยข้อคำถามในแต่ละข้อให้มีความเหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การตรวจสอบความถูกต้อง (Correctively) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ พิจารณาความถูกต้อง ครบถ้วนของเนื้อหา รวมถึงภาษา และสำนวน ที่ใช้ในแบบสอบถาม

2) การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ให้เกิดความเชื่อมั่น แล้วนำมาปรับปรุง ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นจะนำผลของผู้เชี่ยวชาญ แต่ละท่านมารวมกัน คำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หากค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน

N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยวิธีคิดคะแนน คือ

+1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิระบุข้อคำถาม (ประเด็นการสัมภาษณ์) นั้น “ใช้ได้” คือเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิ “ปรับปรุง” ว่าข้อคำถามนั้นเหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่

- 1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิ ระบุข้อคำถามนั้น “ใช้ไม่ได้” คือ ไม่เหมาะสม และไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.70 ถึง 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.70 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

3) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Try Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากร และไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้สูตรการคำนวณค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

$$\alpha = \frac{n(1 - \sum \alpha_i^2)}{(n-1)\alpha r^2}$$

เมื่อ

α	คือ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
n	คือ จำนวนข้อทั้งหมดในแบบสอบถาม
$\sum \alpha_i^2$	คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามแต่ละข้อ
αr^2	คือ ความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามทั้งฉบับ

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นครั้งสุดท้ายเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ระเบียบของแบบสอบถาม และแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำฉบับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำลงพื้นที่ในการวิจัยไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ 2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยเครื่องมือที่ตรวจสอบคือ แบบสอบถาม มีขั้นตอนในการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

1) การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญได้ลงความเห็นว่าคุณค่าคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญไว้ดังนี้ คือ

ให้คะแนน +1	ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้น ผู้วิจัยทำการบันทึกผลการพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แต่ละคนในแต่ละข้อ โดยการหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีชี้วัด ความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ส่วนข้อคำถามที่มีค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องน้อยกว่า 0.80 ผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในแต่ละตัวแปร

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	IOC	ความหมาย
ทัศนคติ			ผ่านเกณฑ์/ไม่ผ่าน
การรับรู้สมรรถนะ			ผ่านเกณฑ์/ไม่ผ่าน
ความสามารถการเป็น			
ผู้ประกอบการ			
บรรทัดฐานทางสังคม			ผ่านเกณฑ์/ไม่ผ่าน
ความสนใจที่จะเป็น			ผ่านเกณฑ์/ไม่ผ่าน
ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ			

2) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำแบบทดสอบมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-coefficient) แมทเกอร์ (Matkar, 2012, 89)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 ทำหนังสือขออนุญาตอาจารย์ภาควิชา/คณะของ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาสาธาณสุข เพื่อขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยตอบแบบสอบถาม โดยหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกมหาวิทยาลัยเนื่องจากมหาวิทยาลัยมหิดล เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการแพทย์และมีสาขาที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และสุขภาพที่ชัดเจน ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจะมีแนวโน้มที่มีความรู้และความเข้าใจในเชิงผู้ประกอบการด้านสุขภาพและมุมมองที่ชัดเจน และจะทำให้การตอบแบบสอบถามได้ผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์

3.3.2 ผู้วิจัยขออนุญาตอาจารย์ภาควิชา/คณะ เพื่อรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ

3.3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม มาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และสมบูรณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ และวิเคราะห์เนื้อหาต่อไป

3.4 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

3.4.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้วิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูล และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้คู่กับค่าเฉลี่ยที่แสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

3.4.1.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Person Product – Moment Correlation Coefficient, r) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยการพัฒนากิจการและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่อิสระต่อกัน

3.4.1.4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยใช้วิธีการเลือกแบบคัดเลือกเข้า (Enter Selection) การวิเคราะห์การถดถอยเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) จะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ถ้าศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว เรียกว่าการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเชิงเดี่ยวหรือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) ถ้าตัวแปรอิสระมีมากกว่าหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว เรียกว่า การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย ผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ด้วยแบบเชิงโครงสร้าง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร รวมถึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติและตัวแปร ดังตารางที่ 4.1-4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติและความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติ

สัญลักษณ์	ความหมาย
n	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
S.D.	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MIN	คะแนนต่ำสุด (Minimum)
MAX	คะแนนสูงสุด (Maximum)
t-value	ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงแบบ t
SE	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
b	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

ตารางที่ 4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติและความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติ (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมาย
B	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเป็นรายองค์ประกอบ (Standardized Solution)
λ	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน
SK	ค่าความเบ้ (Skewness)
KU	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
r	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
ρ_c	ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability)
ρ_v	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)
TE	ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effects)
IE	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)
DE	ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects)
χ^2	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)
df	ค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
R ²	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of Determination)
P	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
CFI	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)
RMR	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual)
NFI	ดัชนีความสอดคล้องสัมพันธ์ (Normal Fit Index)
TLI	ดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล (Tucker Lewis index)
IFI	ดัชนีความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (Incremental fit index)

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH)	EIH1, EIH2, EIH3, EIH4, EIH5, EIH6, EIH7, EIH8, EIH9, EIH10
ด้านโอกาส (OP)	OP1, OP2, OP3
ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB)	ATTB1, ATTB2, ATTB3
ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN)	SN1, SN2, SN3
ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC)	PBC1, PBC2, PBC3
ด้านความสามารถของตน (SEE)	SEE1, SEE2, SEE3
ด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE)	EE1, EE2, EE3

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ($n = 400$)

ข้อมูลสถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	107	26.80
หญิง	293	73.30
รวม	400	100.00
อายุ		
20 ปี	24	6.00
21 ปี	259	64.80
22 ปี	117	29.30
รวม	400	100.00
ชั้นปี		
กำลังศึกษาชั้นปีที่ 2	24	6.00
กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3	259	64.80
กำลังศึกษาชั้นปีที่ 4	117	29.30
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ($n = 400$) (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ทำงาน		
มีประสบการณ์ในการทำงาน	116	29.00
ไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน	284	71.00
รวม	400	100.00
อาชีพของบิดา มารดา		
เป็นผู้ประกอบการ	186	46.50
ไม่เป็นผู้ประกอบการ	214	53.50
รวม	400	100.00
การรู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว		
1. ไม่รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว	154	38.50
2. รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว	246	61.50
รวม	400	100.00
ความต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ		
มีความต้องการ	400	100.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แก่ เป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาได้แก่ เพศหญิง 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แก่ มีอายุ 21 ปี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมา ได้แก่ มีอายุ 22 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีอายุ 20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีประสบการณ์ทำงานมาก่อน จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 และมีประสบการณ์ทำงาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00

อาชีพของบิดาและมารดา พบว่า อาชีพของบิดาและมารดาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมีเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50

การรู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัวจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และไม่รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

ความต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความต้องการ เป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบเชิงโครงสร้าง

2.1 การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์

การวิเคราะห์นี้เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ แต่ละตัวว่ามีการแจกแจงปกติ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) จำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านโอกาส ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถของตน การได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ

ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปร (n = 400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	MIN	MAX	แปลผล	SK	KU
OP1	3.89	0.84	1.00	5.00	มาก	-0.38	-0.17
OP2	3.81	0.87	1.00	5.00	มาก	-0.25	-0.56
OP3	3.80	0.96	1.00	5.00	มาก	-0.49	-0.18
ATTB1	3.86	0.82	1.00	5.00	มาก	-0.38	-0.08
ATTB2	3.79	0.87	1.00	5.00	มาก	-0.46	0.17
ATTB3	3.75	0.88	1.00	5.00	มาก	-0.38	-0.19

ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปร (n = 400) (ต่อ)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	MIN	MAX	แปลผล	SK	KU
SN1	3.81	0.94	1.00	5.00	มาก	-0.50	-0.18
SN2	3.84	0.97	1.00	5.00	มาก	-0.54	-0.23
SN3	3.81	0.86	1.00	5.00	มาก	-0.36	-0.12
PBC1	3.83	0.90	1.00	5.00	มาก	-0.52	0.07
PBC2	3.75	0.85	1.00	5.00	มาก	-0.41	0.12
PBC3	3.73	0.92	1.00	5.00	มาก	-0.33	-0.35
SEE1	3.78	0.89	1.00	5.00	มาก	-0.36	-0.08
SEE2	3.85	0.90	1.00	5.00	มาก	-0.51	0.01
SEE3	3.69	0.96	1.00	5.00	มาก	-0.35	-0.28
EE1	3.64	0.89	1.00	5.00	มาก	-0.32	0.00
EE2	3.63	0.88	1.00	5.00	มาก	-0.26	-0.09
EE3	3.66	0.95	1.00	5.00	มาก	-0.39	-0.20
EIH1	3.81	0.81	1.00	5.00	มาก	-0.24	-0.19
EIH2	3.79	0.81	1.00	5.00	มาก	-0.22	-0.31
EIH3	3.80	0.86	1.00	5.00	มาก	-0.31	-0.31
EIH4	3.89	0.87	1.00	5.00	มาก	-0.59	0.32
EIH5	3.86	0.86	1.00	5.00	มาก	-0.54	0.33
EIH6	3.87	0.90	1.00	5.00	มาก	-0.49	-0.02
EIH7	3.80	0.93	1.00	5.00	มาก	-0.43	-0.12
EIH8	3.72	0.87	1.00	5.00	มาก	-0.41	0.20
EIH9	3.74	0.91	1.00	5.00	มาก	-0.35	-0.11
EIH10	3.79	0.90	1.00	5.00	มาก	-0.43	-0.05

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ด้าน โอกาส มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80 - 3.89$) ตัวแปรสังเกตได้ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 - 3.86$) ตัวแปรสังเกตได้ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81 - 3.84$) ตัวแปรสังเกตได้ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73 - 3.85$) ตัวแปรสังเกตได้ด้านความสามารถของตน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} =$

3.69 – 3.85) ตัวแปรสังเกตได้การได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63 - 3.66$) และตัวแปรสังเกตได้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72 - 3.89$) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.81 – 0.97 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย เนื่องจาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 1

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวม ซึ่งเป็นการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าความเบ้มีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 ที่แสดงถึงการแจกแจงปกติ (Kline, 2005 อ้างใน สุกมาศ อังสุโชติ และคณะ, 2554) พบว่า ตัวแปรทุกตัวที่มีอยู่ในแบบจำลอง มีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดมีค่าคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.22 ถึง -0.54 เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) หรือความสูงของการแจกแจง พบว่า ตัวแปร 9 ตัวที่อยู่ในแบบจำลอง มีค่าความโด่งมากกว่าปกติ (Lepto Kurtic) โดยค่าความโด่งที่คำนวณได้จะมากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ดังกล่าวมีการกระจายข้อมูลในลักษณะค่อนข้างโด่งหรือโค้งมาก หรือมีการกระจายของข้อมูลน้อย โดยมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 0.33 และตัวแปร 19 ตัวที่อยู่ในแบบจำลอง มีค่าความโด่งราบกว่าปกติ (Platy Kurtic) โดยค่าความโด่งที่คำนวณได้จะน้อยกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ดังกล่าวมีการกระจายข้อมูลในลักษณะค่อนข้างป้านหรือโค้งน้อย หรือมีการกระจายของข้อมูลมาก โดยมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.02 ถึง -0.56

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable)

การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ของตัวแปรแฝง (latent variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้าง (construct variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ ความตรงเชิงโครงสร้างทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่า การวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ (Hair, et al., 2006, p. 776) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงในรูปโมเดลการวัด (Measurement Model) ประกอบด้วยโมเดลการวัดตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ โมเดลการวัดตัวแปรด้านโอกาส (OP) โมเดลการวัดตัวแปรด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB) โมเดลการวัดตัวแปรด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) โมเดลการวัดตัวแปรด้านด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) โมเดลการวัดตัวแปรด้านความสามารถของตน (SEE) และโมเดลการวัดตัวแปรด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE) ส่วนโมเดลการวัดตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 28 ข้อ โดยใช้ตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังภาพที่ 4.1 ส่วนผลการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ซึ่งตรวจสอบค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) และค่า Average Variance Extracted ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 7 องค์ประกอบของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

	EIH	OP	ATTB	SN	PBC	SEE	EE
EIH	0.802						
OP	0.673**	0.844					
ATTB	0.622**	0.668**	0.839				
SN	0.698**	0.700**	0.800**	0.837			
PBC	0.683**	0.644**	0.677**	0.720**	0.813		
SEE	0.706**	0.702**	0.807**	0.748**	0.741**	0.863	
EE	0.719**	0.672**	0.824**	0.791**	0.754**	0.820**	0.853

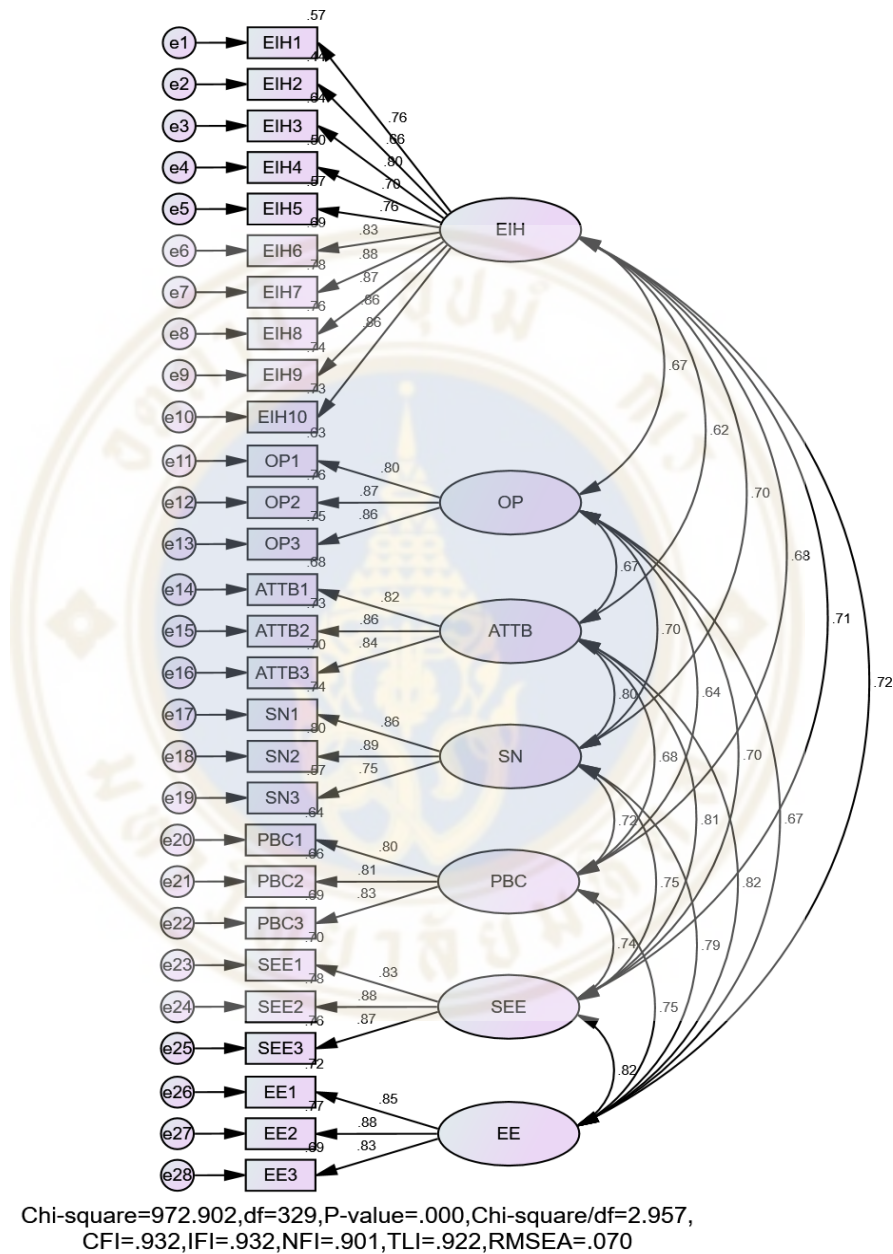
หมายเหตุ: ** p < 0.01

\sqrt{AVE} คือ ค่าที่ขีดเส้นใต้ตรงเส้นทแยงมุม

ค่าที่อยู่ใต้เส้นทแยงมุม คือ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่ารากที่ 2 ของ AVE ในแต่ละแถวในแนวทแยงมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทุกค่า ทั้งในแนวคอลัมน์และแนวแถว แสดงว่า โมเดลมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก และเมื่อพิจารณาการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลักทั้ง 7 องค์ประกอบ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง จำนวน 21 คู่ มีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรมีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.622 ถึง

0.824 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์กันสูงมากที่สุด คือ ATTB กับ EE ($r = 0.824$) รองลงมาคือ SEE กับ EE ($r = 0.820$) ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ ATTB กับ EIH ($r = 0.622$)



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความจำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Estimate	CR	AVE
EIH	EIH1	0.76	0.947	0.642
	EIH2	0.66		
	EIH3	0.80		
	EIH4	0.70		
	EIH5	0.76		
	EIH6	0.83		
	EIH7	0.88		
	EIH8	0.87		
	EIH9	0.86		
	EIH10	0.86		
OP	OP1	0.80	0.881	0.712
	OP2	0.87		
	OP3	0.86		
ATTB	ATTB1	0.82	0.877	0.704
	ATTB2	0.86		
	ATTB3	0.84		
SN	SN1	0.86	0.875	0.701
	SN2	0.89		
	SN3	0.75		
PBC	PBC1	0.80	0.854	0.662
	PBC2	0.81		
	PBC3	0.83		
SEE	SEE1	0.84	0.897	0.745
	SEE2	0.88		
	SEE3	0.87		
EE	EE1	0.85	0.889	0.728
	EE2	0.88		

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้าน
ธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Estimate	CR	AVE
	EE3	0.83		

** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.1 และตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า มีค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 972.902 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 329 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.957 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.070 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.932 ค่าดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.922 ค่าดัชนีความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (IFI) มีค่าเท่ากับ 0.932 และค่าดัชนีความสอดคล้องสัมพันธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.901

โมเดลการวัดตัวแปรด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย EIH7 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ EIH8 มีค่าเท่ากับ 0.87 EIH9 และ EIH10 มีค่าเท่ากับ 0.86 เท่ากัน EIH6 มีค่าเท่ากับ 0.83 EIH3 มีค่าเท่ากับ 0.80 EIH1 และ EIH5 มีค่าเท่ากับ 0.76 เท่ากัน EIH4 มีค่าเท่ากับ 0.70 และน้อยที่สุด คือ EIH2 มีค่าเท่ากับ 0.66

โมเดลการวัดตัวแปรด้านด้านโอกาส พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย OP2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.87 รองลงมาคือ OP3 มีค่าเท่ากับ 0.86 และน้อยที่สุด คือ OP1 มีค่าเท่ากับ 0.80

โมเดลการวัดตัวแปรด้านด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย ATTB2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ATTB3 มีค่าเท่ากับ 0.84 และน้อยที่สุด คือ ATTB1 มีค่าเท่ากับ 0.82

โมเดลการวัดตัวแปรด้านด้านบรรทัดฐานทางสังคม พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย SN2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.89 รองลงมาคือ SN1 มีค่าเท่ากับ 0.86 และน้อยที่สุด คือ SN3 มีค่าเท่ากับ 0.75

โมเดลการวัดตัวแปรด้านด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย PBC3

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.83 รองลงมาคือ PBC2 มีค่าเท่ากับ 0.81 และน้อยที่สุดคือ PBC1 มีค่าเท่ากับ 0.80

โมเดลการวัดตัวแปรด้านความสามารถของตน พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย SEE2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ SEE3 มีค่าเท่ากับ 0.87 และน้อยที่สุดคือ SEE1 มีค่าเท่ากับ 0.84

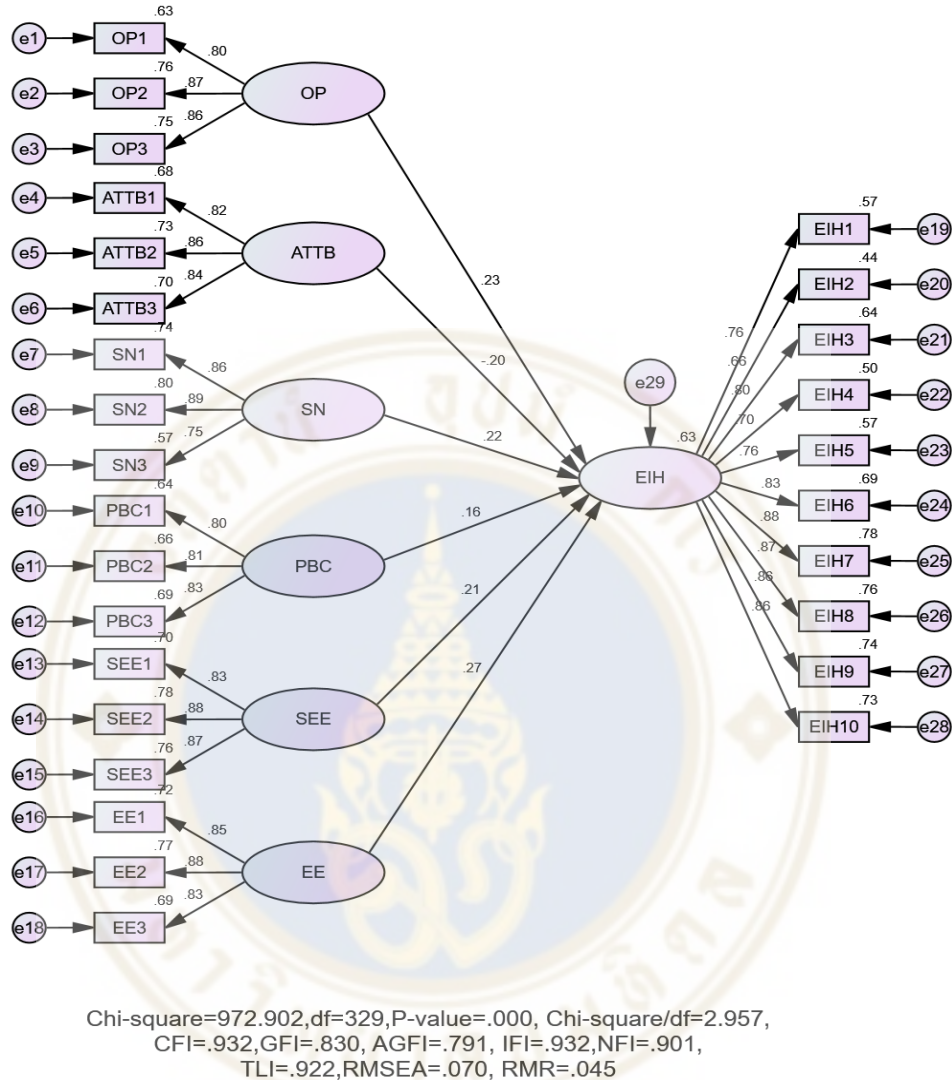
โมเดลการวัดตัวแปรด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่ามากกว่า 0.50 โดย EE2 มีค่าเท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ EE1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ EE3 มีค่าเท่ากับ 0.83

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่าคือ แต่ละตัวแปรสังเกตได้ต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ตั้งแต่ 0.50 ตัวแปรแฝงต้องมีค่า Average Variance Extracted--AVE ตั้งแต่ 0.50 และค่าความเที่ยงรวมของแต่ละตัวแปรแฝง (Composite Reliability--CR) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.60 ผลการวิเคราะห์พบว่า EIH มีค่า AVE เท่ากับ 0.642 และค่า CR เท่ากับ 0.947, OP มีค่า AVE เท่ากับ 0.712 และค่า CR เท่ากับ 0.881, ATTB มีค่า AVE เท่ากับ 0.704 และค่า CR เท่ากับ 0.877, SN มีค่า AVE เท่ากับ 0.701 และค่า CR เท่ากับ 0.875, PBC มีค่า AVE เท่ากับ 0.662 และค่า CR เท่ากับ 0.854, SEE มีค่า AVE เท่ากับ 0.745 และค่า CR เท่ากับ 0.897 และ EE มีค่า AVE เท่ากับ 0.728 และค่า CR เท่ากับ 0.889

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐานโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผู้วิจัยวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างที่ถูกพัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาบูรณาการเทียบเคียง เพื่อสร้างเป็น โมเดลในการศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐานความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอกคือ ด้านโอกาส (OP) ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ด้านความสามารถของตน (SEE) ด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE) และตัวแปร

แฝงภายใน ได้แก่ ตัวแปรด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) ดังภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.7



ภาพที่ 4.2 โมเดลสมการ โครงสร้างที่ได้รับการปรับโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ตารางที่ 4.7 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้รับการปรับโมเดลเชิงสาเหตุ อิทธิพลของความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ดัชนี	เกณฑ์วัด	อ้างอิง	ผลลัพธ์	สรุปผลความสอดคล้องกลมกลืน
Chi-Square (χ^2)	$p > 0.05$	(Hair et al., 1998)	0.000	ไม่สอดคล้อง
χ^2/df	< 5	Bollen (1989), Diamantopoulos และ Siguaw (2000)	2.957	ดี
GFI	≥ 0.90	(Hair et al., 2010)	0.830	ไม่สอดคล้อง
AGFI	≥ 0.90	Diamantopoulos และ Siguaw (2000)	0.791	ไม่สอดคล้อง
CFI	≥ 0.90	(Hair et al., 2010)	0.932	ดี
TLI	≥ 0.90	(Hair et al., 1998)	0.922	ดี
IFI	≥ 0.90	(Hair et al., 1998)	0.932	ดี
NFI	≥ 0.90	(Hair et al., 1998)	0.901	ดี
RMR	< 0.08	(Kline, 2005)	0.045	ดี
RMSEA	< 0.08	(Kline, 2005)	0.070	ดี

จากตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.2 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 972.902 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 329 ค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.000 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.957 เกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 5 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.830 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.791 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.932 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.922 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีความสอดคล้องที่เพิ่มขึ้น (IFI) มีค่าเท่ากับ 0.932 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีความสอดคล้องสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.901 เกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.070 เกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 และค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ

(RMR) มีค่าเท่ากับ 0.045 เกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 ผลการ วิเคราะห์จากดัชนีจำนวน 10 ตัว พบว่า มีความสอดคล้องและค่าสถิติเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทั้ง 7 ดัชนี

ตารางที่ 4.8 อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมของความตั้งใจที่จะเป็นประกอบการด้านสุขภาพของ เจเนอเรชั่น Z ในประเทศไทย

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล	EIH	
		DE	TE
OP		0.23**	0.23**
		(0.06)	(0.06)
ATTB		-0.20*	-0.20*
		(0.09)	(0.09)
SN		0.20*	0.20*
		(0.08)	(0.08)
PBC		0.16*	0.16*
		(0.07)	(0.07)
SEE		0.21*	0.21*
		(0.09)	(0.09)
EE		0.27*	0.27*
		(0.09)	(0.09)
R ²		0.63	

** p< 0.01, * p< 0.05

จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก กับตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับ ด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE) มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเท่ากับ 0.27 รองลงมาคือ สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับ ด้านโอกาส (OP) มีค่าเท่ากับ 0.23 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่าง ตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับ ความสามารถของตน (SEE) มีค่า เท่ากับ 0.21 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) มีค่าเท่ากับ 0.20 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปร

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับ ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB) มีค่าเท่ากับ -0.20 และสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) กับด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางน้อยที่สุดคือ 0.16

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ มีค่าเท่ากับ 0.63 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH) ได้ร้อยละ 63

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการภาคการด้านสุขภาพของเจนเนอเรชั่น Z ในประเทศไทย รายละเอียดของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำเสนอค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุในแต่ละเส้นทางนำมาทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อตามลำดับดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ด้านโอกาสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 ด้านโอกาสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.23 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 พบว่า ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.20 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 พบว่า ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.20 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 พบว่า ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.16 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ด้านความสามารถของคนที่ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 พบว่า ด้านความสามารถของคนที่ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.21 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 การได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2 พบว่า การได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.27 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	ด้าน โอกาสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H2	ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3	ด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4	ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H5	ด้านความสามารถของตนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H6	ด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยผลของการวิจัยประกอบด้วย

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แก่ เป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาได้แก่ เพศหญิง 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30

มีอายุ 21 ปี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาได้แก่ มีอายุ 22 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีอายุ 20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ไม่มีประสบการณ์ทำงานมาก่อน จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 และมีประสบการณ์ทำงาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00

อาชีพของบิดาและมารดาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมีเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50

รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัวจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และไม่รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

ความต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผลการศึกษาระดับความความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจเนอเรชัน Z ในประเทศไทย อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย อ่านข่าวเกี่ยวกับธุรกิจผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เสมอ ($\bar{X} = 3.89$) กำลังสะสมเงินเพื่อเริ่มธุรกิจด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 3.87$) วิเคราะห์งบการเงินเกี่ยวกับธุรกิจด้านสุขภาพสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.86$) เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพได้ผลประโยชน์มากกว่าเสียผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.81$) ตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ แม้ว่าท่านได้รับเลือกเข้าเป็นพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ($\bar{X} = 3.80$) เสียสละเวลาเพื่อเรียนรู้ธุรกิจด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 3.80$) ตั้งใจสร้างอาชีพผู้ประกอบการด้านสุขภาพหลังจากสำเร็จการศึกษาให้เป็นอาชีพของตนเอง ($\bar{X} = 3.79$) ตั้งใจใช้แรงงานด้านสุขภาพดีกว่าใช้แรงงานเพื่อคนอื่น ($\bar{X} = 3.79$) ตั้งใจดำเนินธุรกิจด้านสุขภาพเพื่อตนเองดีกว่าทำงานเพื่อคนอื่น ($\bar{X} = 3.74$) ตั้งใจคิดค้นผลิตภัณฑ์แปรรูปด้านสุขภาพที่ยังไม่มีจำหน่ายในตลาด ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย สรุปว่า โมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน ประกอบด้วย $\chi^2 = 290.486$, $df = 264$, $relative \chi^2 = 1.625$, $p = 0.0000.126$, $RMSEA = 0.016$, $RMR = 0.018$, $CFI = 0.953$, $GFI = 0.927$, $NFI = 0.964$, $TLI = 0.9995$ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทยกับด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ปัจจัยด้านโอกาส ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และ การได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 และ ปัจจัยด้านความสามารถของตน ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แก่ เป็นเพศ จำนวนชาย 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาได้แก่ เพศหญิง 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30

มีอายุ 21 ปี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาได้แก่ มีอายุ 22 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีอายุ 20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ไม่มีประสบการณ์ทำงานมาก่อน จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 และมีประสบการณ์ทำงาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00

อาชีพของบิดาและมารดาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมีเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50

รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัวจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และไม่รู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัว จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

ความต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผลการศึกษาระดับความความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพของเจเนอเรชัน Z ในประเทศไทย อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย อ่านข่าวเกี่ยวกับธุรกิจผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เสมอ ($\bar{X} = 3.89$) กำลังสะสมเงินเพื่อเริ่มธุรกิจด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 3.87$) วิเคราะห์งบการเงินเกี่ยวกับธุรกิจด้านสุขภาพสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.86$) เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพได้ผลประโยชน์มากกว่าเสียผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.81$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กระทรวงสาธารณสุข (2562) ที่ว่า ผู้ประกอบการด้านสุขภาพเป็นกิจการที่กำลังเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และมีกำไรจากการประกอบธุรกิจ ตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ แม้ว่าท่านได้รับเลือกเข้าเป็นพนักงานบริษัท แห่งหนึ่ง ($\bar{X} = 3.80$) เสียสละเวลาเพื่อเรียนรู้ธุรกิจด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 3.80$) ตั้งใจสร้างอาชีพ ผู้ประกอบการด้านสุขภาพหลังจากสำเร็จการศึกษาให้เป็นอาชีพของตนเอง ($\bar{X} = 3.79$) ตั้งใจใช้แรงงานด้านสุขภาพดีกว่าใช้แรงงานเพื่อคนอื่น ($\bar{X} = 3.79$) ตั้งใจดำเนินธุรกิจด้านสุขภาพเพื่อตนเอง ดีกว่าทำงานเพื่อคนอื่น ($\bar{X} = 3.74$) ตั้งใจคิดค้นผลิตภัณฑ์แปรรูปด้านสุขภาพที่ยังไม่มีจำหน่ายในตลาด ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย สรุปว่า โมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน ประกอบด้วย $\chi^2 = 290.486$, $df = 264$, $relative \chi^2 = 1.625$, $p = 0.0000.126$, $RMSEA = 0.016$, $RMR = 0.018$, $CFI = 0.953$, $GFI = 0.927$, $NFI = 0.964$, $TLI = 0.9995$

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านสุขภาพของคน Generation Z ในประเทศไทยกับด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด แล้วพบว่า ปัจจัยด้านโอกาส ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), (2562) ที่ว่า ทัศนคติของผู้ประกอบการวิจัยเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจด้านบริการสุขภาพ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 และ ปัจจัยด้านความสามารถของตน ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังสามารถสรุปการอภิปรายผลเรียงตามลำดับความสำคัญตามลำดับ ได้ดังนี้ (จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.2)

ด้านการได้รับการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (EE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่ 0.27

ปัจจัยด้าน โอกาส (OP) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่ 0.23

ด้านความสามารถของตน (SEE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่ 0.20

ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ATTB) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่ -0.20

ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพที่ 0.16

ซึ่งทุกปัจจัยส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ (EIH)

5.3 ข้อเสนอแนะ

ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และเจาะจงกลุ่มประชากร เช่น วัยกลางคนและผู้สูงอายุ โดยเปลี่ยนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาเชิงลึกมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข (2562). ธุรกิจบริการสุขภาพ กรมพัฒนาสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), (2562). ภาพรวมธุรกิจ Healthcare ในประเทศไทย. กระทรวงอุตสาหกรรม กรุงเทพฯ
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2561). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ นานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569). สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564 จาก <http://203.157.7.120/fileupload/2560-102.pdf>
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จานงชอบ, อรัญ วานิชกร และณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2561). ศักยภาพอัตรัดลักษณะความเป็นไทยของธุรกิจสปา และการวางแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล. *Panyapiwat Journal* .10(2),
- ชุติมณฑน์ ทิพย์จินดาชัยกุล. (2562). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีม รอยผ่าน Paid Search ของคน Gen Z. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐนิชา ดวงขจี. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 9(1), 10-21.
- ทิบดี ทัพพรรณ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(2), 107-122.
- พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน:กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 1-18.
- พนิดา วัชรระงษ์. (2560). สมรรถนะ และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยในเครือข่ายเบญจมมิตร. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 3(2), 116-126.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2557).

- สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557 SITUATION OF THE THAI ELDERLY 2014. บริษัท
อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน): กรุงเทพมหานคร
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2558). สแกนเจเนอเรชันคนไทย พลังสำคัญผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล. สืบค้น
เมื่อ 23 มีนาคม 2564 จาก <https://www.thairath.co.th/content/475518>
- อภิชา อินสุวรรณ, ณัฐพรินทร์ แพทยานนท์, ฐิติพร ฐิติจำเริญพร และ ปนัดดา เดชวงศ์ญา. (2561).
การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละช่วงวัยบนพื้นฐานของแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และไทยแลนด์ 4.0 โมเดล. *วารสาร
มหาวิทยาลัยพายัพ*, 28(2), 21-39.
- Adecco Group Asia (Firm). (2015). Creating value from internship programmes.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & van Den Brande, G. (2016). *EntreComp: The
Entrepreneurship Competence Framework for Citizens* (No. JRC101581). Joint
Research Centre (Seville site).
- Bolser, K., & Gosciej, R. (2015). Millennials: Multi-generational leaders staying
connected. *Journal of Practical Consulting*, 5(2), 1-9.
- Boyles, T. (2012). 21st century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurial competencies:
A model for undergraduate entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship
Education*, 15, 41.
- Cross-Bystrom, A. (2010). What you need to know about Generation Z. *Imedia Connection*.
- Global Health Observatory (GHO) data, World Health Organization. (2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 1
มีนาคม 2564 จาก https://www.who.int/gho/health_financing/en
- Graham, L. P. (2018). Generation Z goes to law school: Teaching and reaching law students in the
post-Millennial generation. *UALR L. Rev.*, 41, 29.
- Hovell, M. F., Hofstetter, C. R., Sallis, J. F., Rauh, M. J., & Barrington, E. (1992). Correlates of
change in walking for exercise: an exploratory analysis. *Research quarterly for
exercise and sport*, 63(4), 425-434.
- Maioli, E. (2017). New Generations and Employment—An Exploratory Study about Tensions
Between the Psycho-social Characteristics of the Generation Z and Expectations and
Actions of Organizational Structures Related with Employment (CABA,
2016). *Journal of Business*, 2(1), 1-12.
- McLeod, S. (2008). Cognitive dissonance. *Simply psychology*, 31(1), 2-7.

Pinchot, G. (1985). Introducing the entrepreneur'[product management]. *Ieee Spectrum*, 22(4), 74-79.

Renfro, A. (2012). Generation Z: The Biggest cheaters since Homer. *Getting Smart*.

The Ontario Public Service. (2016). *21st Century Competencies*. Retrieved from http://www.edugains.ca/resources21CL/About21stCentury/21CL_21stCenturyCompetencies.pdf

World Health Organization. (2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564 จาก

http://www.who.int/healthpromotion/about/HPR%20Glossary_New%20Terms.pdf

National Wellness Institute . (2561). กำหนดสุขภาวะเป็น 6 ด้าน คือ สุขภาวะด้านกายภาพ ด้านสังคมด้านปัญญา ด้านจิตวิญญาณ ด้านอารมณ์ และด้านการงาน สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2564 จาก https://www.nationalwellness.org/page/Six_Dimensions) หรือ Global Wellness Institute ที่กำหนดสุขภาวะเป็น 8 ด้าน ได้แก่ สุขภาวะด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านจิตวิญญาณ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านเศรษฐกิจหรือการเงิน

https://static1.squarespace.com/static/54306a8ee4b07ea66ea32cc0/t/5a5fd37c0d9297ee43f742bd/1516229551173/2018GWIRResearch_BuildWelltoLiveWellReport.pdf



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทยซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของเจนเนอร์ชัน Z

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของเจนเนอร์ชัน Z

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจสุขภาพของเจนเนอร์ชัน Z

โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยงานวิจัยนี้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยคำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและประมวลผลเป็นรายงานการศึกษา

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นาย ประพันธ์ สุขไพบุลย์วัฒน์

แบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา เรื่อง ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจสุขภาพ ของคน Generation Z ในประเทศไทย การตอบแบบสอบถามของท่านถือว่ามีคุณค่าต่อการศึกษาอย่างยิ่ง จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยต่อบุคคลในแบบสอบถาม ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (โปรดขีดเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 18 ปี 19 ปี 20 ปี

3. ระดับการศึกษาปริญญาตรี

- ระดับชั้นปีที่ 1 ระดับชั้นปีที่ 2 ระดับชั้นปีที่ 3 ระดับชั้นปีที่ 4 ระดับชั้นปีที่ 5

4. คณะกำลังศึกษา

- คณะครุศาสตร์
- คณะจิตวิทยา
- คณะนิติศาสตร์
- คณะนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสาร
- คณะพยาบาลศาสตร์
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- คณะแพทยศาสตร์
- คณะเภสัชศาสตร์
- คณะรัฐศาสตร์
- คณะวิทยาศาสตร์
- คณะวิทยาศาสตร์และการกีฬา

- คณะวิศวกรรมศาสตร์
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- คณะสหเวชศาสตร์
- คณะสัตวแพทยศาสตร์
- คณะอักษรศาสตร์
- คณะบริหารธุรกิจ
- คณะธุรกิจการบิน
- คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
- คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
- คณะดุริยางค์-นาฏศิลป์
- คณะมนุษยศาสตร์
- คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
- คณะอุตสาหกรรมการเกษตร
- คณะนวัตกรรมการจัดการ
- อื่นๆ

5. ประสบการณ์ทำงานของท่าน

- มีประสบการณ์ทำงาน
- ไม่มีประสบการณ์ทำงาน

6. อาชีพบิดาและมารดา

- เป็นผู้ประกอบการ
- ไม่เป็นผู้ประกอบการ

7. ท่านรู้จักเจ้าของกิจการเป็นการส่วนตัวหรือไม่

- รู้จัก
- ไม่รู้จัก

8. ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพใช่หรือไม่

ไม่ใช่ (จบการตอบแบบสอบถาม)

ใช่ (ทำแบบสอบถามต่อ)

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของ ผู้นำชุมชน ความรู้ความเข้าใจ การจูงใจ และทัศนคติเป็นแบบสอบถามประมาณค่า(Rating Scale) ตามแนวของลิเคิร์ต (Likert) มีตัวเลือก 5 ระดับ ซึ่งแต่ละข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนตรงกับความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึงเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
 4 หมายถึงเห็นด้วยในระดับมาก
 3 หมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง
 2 หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อย
 1 หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเองจะทำให้ท่านได้ใช้ความสามารถของตนเองได้อย่างเต็มที่					
ท่านรู้สึกชอบที่จะได้ทำงานโดยใช้ความคิดเห็นของตนเองได้อย่างอิสระ					
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง ทำให้ท่านเกิดความภาคภูมิใจและมีความเชื่อมั่นในตนเอง					
ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง เป็นสิ่งที่ทำลายความสามารถของท่านอยู่เสมอ					
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง จะทำให้ท่านได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากว่าอาชีพอื่น ๆ					

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง เป็นสิ่งที่ท่านชอบมากกว่าการทำงานเป็นลูกจ้างในองค์การของภาครัฐและภาคเอกชน					
ท่านรู้สึกว่าคุณชอบแก้ไขปัญหาใหม่ๆ และสามารถที่จะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีความสุข					
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง เป็นสิ่งที่ดีเพราะไม่ต้องคอยรับฟังคำสั่งจากผู้อื่น					
ท่านยินดีทำงานที่ไม่มีความเสี่ยงแม้ว่างานนั้นจะให้ผลตอบแทนน้อยกว่างานที่มีความเสี่ยงบ้างแต่ให้ผลตอบแทนที่สูง					
การประกอบธุรกิจเป็นของตนเองจะทำให้ท่านถูกมองว่าไม่มีความสามารถพอที่จะเข้าทำงานในองค์การขนาดใหญ่ๆ ได้					

บรรทัดฐานทางสังคม

บรรทัดฐานทางสังคม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
บุคคลสำคัญของท่านยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับท่านในการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง					
บุคคลสำคัญของท่านพร้อมที่จะให้ความสนับสนุนท่านในการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง					

บรรทัดฐานทางสังคม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
บุคคลสำคัญของท่านมีความคิดเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นเรื่องของตัวเองเป็นสิ่งที่ดีและน่าสนใจ					
บุคคลสำคัญของท่านมักจะแนะนำให้คุณสมัครงานกับองค์กรของภาครัฐและเอกชนที่มีชื่อเสียง					
บุคคลสำคัญของท่านเห็นด้วยกับการที่ท่านจะประกอบธุรกิจเป็นของตัวเอง					
บุคคลสำคัญของท่านมักจะกล่าวถึงการประกอบธุรกิจเป็นของตัวเองในแง่ที่ดี					
บุคคลสำคัญของท่านมีความคิดเห็นว่างานในองค์กรเอกชนหรือรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ มีความน่าสนใจมากกว่าการประกอบธุรกิจเป็นของตัวเอง					
บุคคลสำคัญของท่านมีแผนการที่จะประกอบธุรกิจเป็นของตัวเองในอนาคต					
บุคคลสำคัญของท่านมักจะชักชวนให้คุณทำธุรกิจของตัวเองหรือเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนจัดตั้งธุรกิจร่วมกัน					
บุคคลสำคัญของท่านมักจะคัดค้านเสมอเมื่อท่านกล่าวถึงการประกอบธุรกิจเป็นของตัวเอง					

การรับรู้สมรรถนะความสามารถเป็นผู้ประกอบการ

สมรรถนะเป็นผู้ประกอบการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ท่านสามารถอดทนต่อการทำงานหนักได้					
ท่านแน่ใจว่าท่านจะไม่ละทิ้งกิจการของตนเองและสามารถอดทนที่จะรอคอยความสำเร็จได้					
ท่านจะใช้ความพยายามมากขึ้นอีกหากประสบความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจช่วงเริ่มต้น					
ท่านพร้อมที่จะเผชิญกับความยากลำบากในการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง					
ท่านมั่นใจว่าตนเองสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้					
ท่านเชื่อมั่นว่าตนเองมีความรู้ที่เพียงพอต่อการที่จะเป็นผู้ประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง					
ท่านคิดว่าการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่ยากเกินกำลังของท่าน					
ท่านคิดว่าตนเองไม่มีทักษะความสามารถเพียงพอต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้					
ท่านไม่มั่นใจว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจได้					
การประกอบธุรกิจของตนเองเป็นสิ่งที่ยากเกินไปสำหรับท่านที่จะทำได้					

ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ

ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านสุขภาพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ท่านคิดว่าการเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน					
ท่านคิดว่าการเริ่มต้นทำธุรกิจจะทำให้ท่านได้เรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ได้ดี					
ท่านมีความมั่นใจว่าจะต้องประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการอย่างแน่นอน					
ท่านคิดว่าตนเองมีความสามารถที่จำเป็นต่อการประสบความสำเร็จในการประกอบการ					
บุคคลที่สำคัญรอบตัวท่านมีอิทธิพลทางความคิดในการเริ่มต้นการทำธุรกิจ					
ท่านมีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของกิจการเมื่อมีความพร้อมที่สุด					
ท่านมีความปรารถนาสูงสุดที่จะเป็นเจ้านายตัวเอง					