

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน
Generation Y และ Z

Factors Affecting Corporate Entrepreneurship of the Generation Y and Z

กิตติภัทร จิตรกสิกร

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kittiphat Jitkasikorn

E-mail: boss.pop@hotmail.com

Business Administration in Management, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ซึ่งเป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) เชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 442 คน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ คือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์กร (Organization Factors) ประกอบด้วย ความมั่นคงในการทำงาน ความท้าทายในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) ประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในการทำงาน ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กร

ของกลุ่มคน Generation Y และ Z โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ความมุ่งมั่นในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

Abstract

The research was aimed primarily to explore the factors affecting corporate entrepreneurship of the generation Y and Z, which are quantitative survey research by using questionnaires as a tool to collect data from 442 sample, using statistical tools, the inferential statistics for hypothesis testing was multiple regression.

The results revealed that the organizational factors which consist of job security job challenges culture and environment are affecting the corporate entrepreneurship of the generation Y and Z. Which the culture affected the corporate entrepreneurship of the generation Y and Z the most, statistically significant at the 0.05 level, which had a mean 4.16 and a standard deviation 0.77. The individual Factors consisted of work intention positive feeling and creativity are affecting the corporate entrepreneurship of the generation Y and Z. Which the work intention positive affected the corporate entrepreneurship of the generation Y and Z the most, statistically significant at the 0.05 level, which had a mean 4.17 and a standard deviation 0.72.

ความเป็นมาของปัญหา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความรุนแรงทางการค้าและการแข่งขันสูงสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงระบบการค้าเข้าสู่ความเป็นเสรีทางการค้ามากขึ้นและตลาดทั่วโลกเปิดกว้างสามารถเข้าถึงกันแบบไร้พรมแดน โลกเข้าสู่ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเป็น “องค์กรแห่งนวัตกรรม” จึงเป็นประเด็นที่ทุกองค์กรบนโลกตั้งเป้าหมายที่จะไปให้ถึงเพื่อที่จะมีศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถสู้กับองค์กรคู่แข่งได้และสามารถอยู่รอดได้ในโลกการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีวิธีการมากมายที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เช่น การนำความรู้ ทักษะ ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ หรือการนำนวัตกรรมต่างๆที่เป็นสิ่งใหม่อาจเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมหรืออาจเป็นสิ่งเก่าที่พัฒนาต่อยอดสามารถสร้างความแตกต่างจากเดิมได้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2006) การนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในองค์กรนั้นสามารถสร้างความก้าวหน้าให้แก่องค์กรได้รวมไปถึงพัฒนาความสามารถของทุกคนในองค์กรอีกด้วย ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม นอกจากความสามารถในการแข่งขันแล้วการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมยังส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความทันสมัย สร้างนาเชื่อถือต่อผู้บริโภค ตัวอย่างบริษัทในประเทศไทยที่มีการนำนวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการดำเนินธุรกิจ เช่นบริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) หรือ BDMS เป็นกลุ่มผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในประเทศไทย มีการวางแผนกลยุทธ์ชัดเจน และนำนวัตกรรมเข้ามาใช้อยู่เสมอ ทั้งในด้านบริการลูกค้าด้วยเครื่องมือทันสมัยและยังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการทำงานให้พร้อมกับนวัตกรรมที่สามารถติดต่อบริการงานและแชร์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะแพทย์ ล่าม ก็สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อให้บริการได้อย่างทันท่วงที เพราะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอจึงทำให้ BDMS ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำการบริการทางการแพทย์ที่ครบวงจร (Medical Service Innovation)

อีกหนึ่งเหตุผลที่จะช่วยให้องค์กรพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้คือการมีพนักงานหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความจงรักภักดีต่อองค์กร มุ่งมั่นและทุ่มเทให้องค์กรเหมือนตัวเองเป็นเจ้าของกิจการ คุณสมบัติที่กล่าวมาจะเหมือนกับการมีผู้ประกอบการใหม่ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโดยตรงหรือเรียกว่า ผู้ประกอบการในองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์และต่อยอดไปสู่การเกิดนวัตกรรมและองค์กรจะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้

ปัจจุบันได้มีการจัดกลุ่มประชากรไทยโดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม ประจำปี 2562 โดยผลที่ออกมาคือประเทศไทยมีประชากรทั้งหมด 65,859,000 คน เป็นประชากรที่อยู่ในกลุ่มวัยทำงานคืออายุระหว่าง 15-59 ปี 42,501,000 คน คิดเป็น 64.53 % ของทั้งประเทศ โดยในช่วงอายุดังกล่าวแบ่งกลุ่มคนตามอายุได้ออกเป็น 4 รุ่นคือ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2, X, Y, Z โดยประชากรที่ทำงานใน รุ่น Y (Generation Y) จำนวน 13,400,000 คน คิดเป็น 31.52%, รุ่น Z (Generation Z) จำนวน 8,816,000 คิดเป็น 20.74 % ทั้งสองรุ่นรวมกันคิดเป็น 50.26% จากประชากรวัยทำงานทั้งหมดของประเทศ(สำนักพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม, 2562) หากพิจารณาแล้วสัดส่วนของประชากรรุ่น Y และ Z จะเป็นส่วนสำคัญในอนาคตที่จะพัฒนาองค์กร แต่ในปัจจุบันได้มีกระแสวิจารณ์ต่างๆในแง่ที่ได้กรุ่นใหม่คือ กลุ่มคนรุ่น Y และ Z (Generation Y, Z) ไม่สู้ทนงาน เจอความยากลำบากเพียงเล็กน้อยก็จะตัดสินใจลาออกจากงานเพื่อหางานใหม่หรือต้องการความท้าทายใหม่ๆทั้งที่ยังทำงานเดิมได้ไม่นานต่างกับกลุ่มคนรุ่นก่อนหน้าเช่น รุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (Generation baby boom) และรุ่น X (Generation X) ที่มีความภักดีต่อองค์กรมากกว่าผลเสียที่เกิดตามมาเมื่อกลุ่มคนรุ่น Y และ Z (Generation Y, Z) ตัดสินใจเปลี่ยนงานบ่อยครั้งคือ พนักงานที่เพิ่งเริ่มทำงานได้ไม่นานจะยังเก็บประสบการณ์ในการทำงานได้น้อยและไม่สามารนำไปต่อยอดได้ เมื่อเปลี่ยนงานบ่อยครั้ง จะถูกมองว่าเป็นผู้ที่ไม่ทนงานทำให้ไม่ได้รับการพิจารณาในครั้งถัดๆไป ในส่วนขององค์กรที่ต้องเสียต้นทุนในการสรรหาพนักงานและพัฒนาพนักงานใหม่ตั้งแต่เริ่มต้น ปัญหาหาดังกล่าวจะส่งผลเสียในระยะยาวต่อองค์กรอย่างมากเพราะอายุของพนักงานภายในองค์กรจะเกิดรอยต่อที่กว้าง องค์กรจะขาดกลุ่มคนที่ขับเคลื่อนองค์กรให้พัฒนาต่อไป หรือจะกล่าวได้ว่า ประชากรรุ่น Y, Z มีความเป็นผู้ประกอบที่ไม่สูง การที่ทำงานได้ไม่นานและตัดสินใจเปลี่ยนงานจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆให้องค์กรได้เพราะยังไม่ได้เรียนรู้ถึงหลักการการทำงานที่ลึกซึ้งหรือยังไม่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรมากพอ เมื่อไม่มีการคิดสร้างสรรค์จากคนรุ่นใหม่ที่เป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนองค์กรเกิดขึ้นหรือเมื่อไม่มีบุคลากรที่มีความคิดแบบผู้ประกอบการเกิดขึ้นก็จะส่งผลต่อองค์กรภาพรวมจะไม่สามารถไปถึงการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำทั้งสองประเด็นที่กล่าวข้างต้นมาเชื่อมโยงกัน โดยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคนรุ่น Y และ Z (Generation Y และ Z) โดยปัจจัยที่จะนำมาศึกษาและพิจารณาจะประกอบด้วย ปัจจัยจากองค์กร (Organization Factors) เป็นปัจจัยมีสาเหตุการเกิดมาจากภายในองค์กร และส่งผลต่อพนักงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่มีโอกาสเป็นหนึ่งในสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรได้ โดยปัจจัยภายในองค์กรที่จะศึกษาจะประกอบด้วย ความมั่นคงในงาน, ความท้าทายในงาน, วัฒนธรรมองค์กร, สภาพแวดล้อมของการทำงาน (Steers & Porter, 1977) ปัจจัยที่สองคือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) เป็นปัจจัยที่มีสาเหตุการเกิดมาจากตัวพนักงานเองสามารถที่จะพัฒนาต่อไปได้หากได้รับการอบรมและดูแลที่ดี (รัตนวดี โมรากุล, 2560) ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวมีโอกาสที่จะเป็นสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรเช่นกัน โดยผลวิจัยที่ได้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์หรือนโยบายเชิงบริหารหรือนำไปพัฒนาองค์กรในทางสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีเพื่อเอื้อให้พนักงานเกิดการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรได้มากขึ้น ซึ่งผลที่ได้ผู้ประกอบการในองค์กรจะเป็นเหมือนบุคลากรคนสำคัญ (KEY PERSON) ในการนำองค์กรก้าวไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหาปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของคน Generation Y และ Z
2. เพื่อศึกษาหาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของคน Generation Y และ Z

สมมุติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ปัจจัยองค์กรส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z
2. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 งานวิจัยการศึกษาการสร้างผู้ประกอบการภายในองค์กร
- 1.2 งานวิจัยการศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร
- 1.3 งานวิจัยการศึกษากลยุทธ์การสร้างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- 1.4 งานวิจัยการศึกษาการแบ่งกลุ่มคนตามยุคสมัยด้วยช่วงอายุ (Generation)

2. ขอบเขตด้านประชากร

- 2.1 กลุ่มผู้ทำงานในองค์กรเอกชนมีอายุจัดอยู่ในกลุ่ม Generation Y อายุ 25-39 ปี
- 2.2 กลุ่มผู้ทำงานในองค์กรเอกชนมีอายุจัดอยู่ในกลุ่ม Generation Z อยู่ 18-24 ปี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่จัดเก็บข้อมูล

ทั่วประเทศ (จัดเก็บข้อมูลแบบแจกแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ, น่าเชื่อถือและครอบคลุมทั้งประเทศ)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาจัดเก็บข้อมูล

กรกฎาคม – กันยายน 2562

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ประกอบการในองค์กร หมายถึง พนักงานในองค์กรที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างสิ่งใหม่ๆ หรือพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วรวมทั้งปรับปรุงการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้องค์กรเติบโตมีผลประกอบการที่ดี (พรมิตร กุลกาลยี่นง, 2561)

2. Generation Y, Z หมายถึง การแบ่งกลุ่มประชากรตามหลักประชากรศาสตร์ (Demography) โดยแบ่ง Generation ตามยุคสมัยที่เกิด โดย Generation Y คือ พ.ศ.2523-2537 และ Generation Z พ.ศ. 2538 ขึ้นไป (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2550)

3. ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ความมั่นคงในงาน, ความท้าทายในงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ค่าตอบแทนการทำงาน (Steers & Porter, 1977)

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการทำงาน, มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร, สภาพแวดล้อมในการทำงาน (รัตนวดี โมรากุล, 2560)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กร
2. ได้ทราบวิธีการทำงานร่วมกับองค์กรให้มีประสิทธิภาพในแบบผู้ประกอบการในองค์กร

ประโยชน์ต่อเนื่อง

3. เปิดกายข้อมูลต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรในการพัฒนาผู้ประกอบการในองค์กร
4. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีพนักงานที่เป็นผู้ประกอบการในองค์กรและช่วยให้องค์กรพัฒนาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการ (Theory of Entrepreneurship)

คำว่า Entrepreneurship ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ หมายถึงนักธุรกิจหรือบุคคลที่สร้างรายได้โดยการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทางการเงิน (Oxford Dictionary, 2000) แต่แท้จริงแล้วมีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศสที่มีความหมายว่า ทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้อีกมากมาย เช่น ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้มีความคิดริเริ่มและความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการจัดการกับกลไกทางสังคมและเศรษฐกิจในการเปลี่ยนทรัพยากรและสถานการณ์ต่างๆ ให้อยู่ในความควบคุมของตนเองได้ รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว (Hisrich, 1990)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเองด้วยตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย

2. ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Theory of Corporate Entrepreneurship)

Corporate Entrepreneurship แปลว่า “ ผู้ประกอบการในองค์กร ” แต่ในภาษาอังกฤษมีได้อีกหลายคำที่มีความหมายเดียวกันนี้ เช่น Organizational Entrepreneurship, Intrapreneurship และ Corporate Venturing ในบทความนี้ใช้คำว่า Corporate Entrepreneurship (พรมิตร กุลกาลยีนยง, 2561) ซึ่งนักวิชาการให้ความหมายว่า พนักงานที่มีคุณสมบัติ, ทักษะ, ความสามารถไม่แตกต่างไปจากผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการในองค์กรจะไม่ได้รับริเริ่มคิดหัวข้อหรือก่อตั้งองค์กรต่างๆขึ้นด้วยตัวเองเหมือนผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการในองค์กรจะมองเห็นโอกาสหรือช่องทางในการทำงานที่ดีกว่าเดิมหรือมีประสิทธิภาพที่จะพัฒนาตนเองและองค์กรต่อไปได้ ผู้ประกอบการในองค์กรจะอยากเสนอตัวเองเข้าร่วมคิดช่วยทำ ซึ่งจะต้องอาจจะเผชิญกับความยากลำบากในระหว่างการทำงานการนำแนวคิดหลักปฏิบัติ หรือนวัตกรรมใหม่ๆมาปรับใช้ในช่วงแรก จึงต้องมีความพยายาม มุ่งมั่น และอดทนอย่างมากที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นให้ได้ อีกทั้งยังเป็นพนักงานที่มีความรักความผูกพันเสมือนเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการในองค์กรจะมุ่งเน้นเป้าหมายขององค์กรเป็นหลักมากกว่าเป้าหมายในงานของตนเอง การมีพนักงานที่เป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมซึ่งหมายถึงองค์กรที่นำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถทางด้านบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ การมีพนักงานที่มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการในองค์กรจึงเป็นที่ต้องการของทุกองค์กรทั่วโลก ผู้ประกอบการในองค์กร คือคุณลักษณะที่พนักงานที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเสมือนตนเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ให้กับบริษัทของตนอย่างเต็มที่ เขาเหล่านั้นพร้อมเสนอตัวรับผิดชอบ เสนอไอเดีย

รับความเสี่ยงและสร้างนวัตกรรม ตลอดจนดำเนินกิจกรรมอย่างอุทิศเพื่อเข้าไปสู่ผลกำไรของบริษัทในบั้นปลาย สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบริษัทเสาะหาคนที่มีความสามารถเหล่านี้เข้ามาอยู่ในองค์กร จัดเตรียมเครื่องมือ สภาพแวดล้อม ระบบงานที่เอื้อต่อการเกิดผู้ประกอบการในองค์กร

พรมิตร กุลกาลยีนง (2561) การสร้างผู้ประกอบการในองค์กรเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจาก นักวิชาการมากมาย ว่าจะสามารถช่วยให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดีขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีได้ การเป็นผู้ประกอบการในองค์กรสามารถกระทำได้ในรูปแบบของการสร้างธุรกิจขึ้นใหม่ หรือแม้กระทั่งการปรับเปลี่ยน ภายในองค์กร โดยมีกระบวนการเริ่มตั้งแต่การที่พนักงานค้นพบโอกาสใหม่ นำความคิดเหล่านั้นมากำหนดเป็นแนวคิด ของธุรกิจ โดยที่ผู้บริหารให้การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรต่างๆ จากนั้นนำแนวคิดมาลงมือปฏิบัติ และองค์กรควร กำหนดช่วงเวลาของการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ โดยที่องค์กรควรมีกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสัยทัศน์การเป็นผู้ประกอบการ ให้แก่พนักงาน การสนับสนุนให้เกิดการคิดสร้างสรรค์และค้นคว้านวัตกรรมใหม่ ๆ สร้างบรรยากาศการเป็น ผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในองค์กร และการสร้างทีมงานผู้ประกอบการที่ไม่ได้สังกัดหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ใน การสร้างผู้ประกอบการในองค์กรก็มีข้อจำกัดหลายประการ เช่น พนักงานไม่มีเวลา การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ทัน ต่อการใช้งาน และการขาดเงินทุน เป็นต้น ดังนั้นการสร้างผู้ประกอบการในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ควรเริ่มจาก การสร้างสภาพแวดล้อมการเป็นผู้ประกอบการในองค์กร เช่น การไม่กีดกันความคิดใหม่ ๆ ของพนักงาน การสนับสนุน การทำงานเป็นทีมที่มีสมาชิกจากหลายฝ่าย และระบบการให้รางวัลเพื่อตอบแทนพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์และ พยายามคิดสิ่งใหม่ ๆ ให้แก่องค์กร การมีพนักงานที่มีความสามารถเป็นผู้ประกอบการในองค์กรทำงานอยู่ในองค์กรจะ เป็นเหมือนบุคคลากรสำคัญ (Key person) ที่จะพาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมในยุคของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

3. การแบ่งกลุ่มอายุประชากร (Generation)

การแบ่งคนออกเป็นกลุ่มย่อยโดยพิจารณาจากช่วงปีเกิดและเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงชีวิต คนที่อยู่ในรุ่น เดียวกันจะมีลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ลักษณะนิสัย เป็นต้น ซึ่งแต่ละรุ่นจะมีลักษณะ เฉพาะที่แตกต่างกัน (Lyons, 2003; Mannheim, 1952) หากอ้างอิงการแบ่งรุ่นตามการศึกษาของนักวิจัยแล้วจะแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

1. รุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือ Baby Boomer
2. รุ่น X หรือ Generation X
3. รุ่น Y หรือ Generation Y
4. รุ่น Z หรือ Generation Z

กลุ่มประชากรรุ่น Y (Generation Y) หรือ Gen Y เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2537 (ค.ศ. 1980-1994) เป็นกลุ่มของวัยที่เริ่มทำงานได้ 2-3 ปีไปจนถึงผู้บริหารในระดับกลาง เป็นกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคลักษณ์ของ ระบบเศรษฐกิจ โดยประชากรกลุ่มนี้มีลักษณะเป็นตัวของตัวเองสูง ความอดทนไม่สูงมาก มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์และจะเป็นผู้บริหารระดับสูงในระยะเวลาอันสั้น เป็นกลุ่มประชากรที่ชอบการ เปลี่ยนแปลง กลุ่มประชากรรุ่น Z (Generation Z) หรือ Gen Z ประชากรกลุ่มนี้เกิดช่วง พ.ศ. 2537-2560 (ค.ศ. 1994- 2017) เป็นกลุ่มของเด็กรุ่นใหม่ วันรุ่น และวันเริ่มชีวิตการทำงาน จะเป็นกลุ่มที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจจะเป็นกลุ่ม ผู้บริโภคหลักในอนาคต ประชากรกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีมากมาย (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2550) ปัจจุบัน องค์กรต่างๆต้องมีการปรับตัวและตื่นตัวเป็นอย่างมากกับการต้อนรับกลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง เพราะคนยุคนี้มีความคิดที่ชัดเจนและมีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก ดังนั้นหากองค์กรต้องการกลุ่มคนเหล่านี้เข้ามา เปลี่ยนแปลงองค์กร ก็ควรเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับการสรรหาและคัดเลือกกลุ่มคนเหล่านี้ รวมถึงเข้าใจถึงความคิด

ต่างๆ ของกลุ่มคนใหม่นี้ โดย บริษัท ธรรมนิติ จำกัด ได้อธิบายถึงความแตกต่างของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (รุ่น Y และ Z) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของคนรุ่น Y และ Z

รุ่น Y (Generation Y)	รุ่น Z (Generation Z)
เป็นคนชอบเทคโนโลยี และมักใช้เทคโนโลยีหาข้อมูล เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ	เทคโนโลยีคือสิ่งจำเป็นอย่างมากเพราะคิดว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลและค้นหาวิธีการที่จะนำมาสู่กระบวนการสำเร็จในทุกๆ ขั้นตอน
รักความสบาย อดทนต่ำ	รักความสบาย อดทนต่ำ
มีความกระตือรือร้น มีพลังในตัวเองสูง	มีความกระตือรือร้น มีพลังในตัวเองสูง
มีความมั่นใจในตัวเองสูง กล้าแสดงออก ต้องการการยอมรับทางสังคม	กล้าคิด กล้าถาม กล้าแสดงออก และต้องการการยอมรับทางสังคม
มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	สามารถหาความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ชอบค้นหาสิ่งใหม่ๆ
มีความยืดหยุ่นสูง	ไม่ชอบรอคอย ตัดสินใจรวดเร็ว
คิดนอกกรอบ ชอบสิ่งใหม่ๆ ชอบความแตกต่าง ไม่ชอบจำเจ	เป็นคนที่เป็นง่าย
ต้องการความมั่นคงในหน้าที่การงาน	ชอบอิสระ ชอบเป็นนายตนเอง ไม่ชอบเป็นลูกน้องหรือเป็นผู้ใต้บังคับบัญชา
มีวิถีชีวิตโดดเด่น ให้ความสำคัญกับการทำงานและเวลาส่วนตัวเท่าๆกัน	สิ่งจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ (เงินเดือน, โบนัส, สวัสดิการ)

ที่มา บริษัท ธรรมนิติ จำกัด (มหาชน)

หากกล่าวถึงการทำงานร่วมกับกลุ่มประชากรในแต่ละรุ่นองค์กรควรมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกันเพราะอุปนิสัยของกลุ่มคนแต่ละรุ่นแตกต่างกัน โดยวิธีการทำงานร่วมกับกลุ่มคนในรุ่น Y ควรลองท้าทายด้วยภารกิจใหม่ๆ กลุ่มคนรุ่น Y จะชอบความเป็นคนสำคัญ การเพิ่มความรับผิดชอบเหมือนการให้คำชมควรเปิดโอกาสให้คนรุ่น Y ได้แสดงความคิดเห็นของเขา เห็นพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งในทีม ผู้บริหารที่ยอมรับความคิดเห็นหรือให้ความไว้วางใจกับคนรุ่น Y ก็จะได้รับ การยอมรับจากคนรุ่น Y เช่นกัน ในส่วนกลุ่มคนรุ่น Z จะไม่ชอบวิธีการทำงานแบบคนรุ่นเก่าเพราะคนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี ควรใช้ระบบฝึกอบรมพนักงานที่ได้มาตรฐาน ให้โอกาสกลุ่มคนรุ่น Z ได้แสดงความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อส่งเสริมให้มีบทบาทในสำคัญมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามมีวิธีการหลายช่องทางเพื่อสร้างความเข้าใจในคนแต่ละรุ่นเพื่อนำมาใช้ในการทำงานนั้นง่ายขึ้นด้วย 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เข้าใจถึงความแตกต่าง ยอมรับว่ามนุษย์นั้นถูกหล่อหลอมมาไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความเชื่อหรือทัศนคติต่อชีวิตไม่เหมือนเรา เขาไม่ใช่คนไม่ดีเสมอไป
2. ชื่นชมจุดดี มองหาจุดดีของคนแต่ละกลุ่มให้พบแทนที่การต่อต้านหรือจับผิด เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ช่วยเหลือกันในยามลำบาก
3. บริหารความแตกต่าง เปลี่ยนวิธีการสื่อสารให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มที่ต้องร่วมงานด้วย เพื่อให้การทำงานง่ายขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มอายุประชากร (Generation) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มคนรุ่น Y และ Z มีความคล้ายคลึงกันที่สามารถเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่ ไม่ชอบความจำเจ ชอบความอิสระมากกว่าการอยู่ในกฎระเบียบ โดยกลุ่มคนทั้ง 2 รุ่นจะเป็นกลุ่มคนที่ขับเคลื่อนประเทศต่อไป

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรมิตร กุลกาลยีนง (2561) ผู้ประกอบการในองค์กรเป็นลักษณะของพนักงานที่องค์กรในปัจจุบันต้องการมากและเป็นที่ยอมรับจากนักวิชาการเช่นเนื่องจากช่วยให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดีขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนเหมือนมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างหนึ่ง การเป็นผู้ประกอบการในองค์กรนั้นสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของการสร้างธุรกิจขึ้นใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนภายในองค์กรเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีกระบวนการเริ่มตั้งแต่พนักงานพบเจอช่องทางหรือโอกาสใหม่ๆและนำแนวทางนั้นมาเป็นหลักหรือแนวคิดที่จะดำเนินธุรกิจต่อไป ผู้บริหารควรให้การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรที่จำเป็น เมื่อเห็นผลลัพธ์ที่แตกต่างไปจากเดิมจึงควรนำแนวคิดนั้นมาลงมือปฏิบัติและองค์กรต้องกำหนดช่วงเวลาของการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ โดยที่องค์กรควรพัฒนาหลักสูตรวิธีการสอนให้พนักงานหรือบุคลากรพัฒนาเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีสนับสนุนให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในองค์กร ในการสร้างผู้ประกอบการในองค์กรจะพบเจออุปสรรคต่างๆ เช่น ความไม่พร้อมของทรัพยากร พนักงานไม่สะดวกที่จะร่วมพัฒนาหรือขาดเงินทุนสำหรับพัฒนาดังนั้นการสร้างผู้ประกอบการในองค์กรให้สำเร็จ ควรเริ่มจากการสร้างวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการในองค์กร เช่น การให้โอกาสสำหรับพนักงานทุกคน มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม มีระบบการให้รางวัลแก่พนักงานเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

Kuratko et al. (2017) ในทุกองค์กรล้วนตระหนักว่าการมีผู้ประกอบการในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นและขาดไม่ได้โดยมีตัวอย่างของสาเหตุต่อไปนี้ มีการแข่งขันที่รุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น มีความแน่นอนในวิธีการบริหารงาน มีกลุ่มคนที่มีความสามารถที่ย้ายจากการเป็นพนักงานในองค์กรไปเป็นผู้ประกอบการรายย่อยมากขึ้น Kuratko ได้วิจัยและเสนอกลยุทธ์วิธีการในการสร้างผู้ประกอบการในองค์กร 4 ขั้นตอนโดยกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยกำหนดเป้าหมายในการทำงานให้พนักงานทุกระดับในองค์กร ช่วยให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ในหมู่พนักงานซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดนวัตกรรมและสามารถต่อยอดไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมต่อไปได้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. พัฒนาวิสัยทัศน์ (Vision development) การสร้างผู้ประกอบการในองค์กรส่วนมากจะเกิดขึ้นกับพนักงานที่มีความสามารถหรือศักยภาพสูง องค์กรจึงควรมีวิธีการสื่อสารวิสัยทัศน์เกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆที่ต้องการให้แก่พนักงานทราบเพื่อให้พนักงานได้แสดงวิสัยทัศน์ร่วมกัน และจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำให้อุปสรรคต่างๆนั้นสำเร็จ

2. สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม (Innovation Encourage) องค์กรทุกแห่งล้วนมีความต้องการให้มีนวัตกรรมเกิดขึ้นใหม่ๆเข้ามาเสมอ จึงได้กำหนดไว้เป็นนโยบายหรือหลักปฏิบัติให้พนักงาน นวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นสามารถเป็นอะไรก็ได้ ที่ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปในแนวทางที่ดียิ่งขึ้น

3. สร้างบรรยากาศการเป็นผู้ประกอบการ (Structuring for an intrapreneurial climate) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์ องค์กรควรจัดให้มีกิจกรรมหรือการอบรมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานและผู้บริหารเพื่อหล่อหลอมทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของพนักงานให้มีความเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้มาจากผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบด้วยตนเอง (Self-Response Questionnaire) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 สร้างแบบสอบถามด้วยกูเกิ้ลฟอร์ม (Google form) ตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้เป็นกลุ่มใหญ่จึงมีความจำเป็นต้องแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online) เพื่อให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่

1.2 ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการหาความเชื่อมั่นโดยการทดสอบว่าแบบสอบถามแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กับข้ออื่นๆ ในฉบับเดียวกันหรือไม่

1.3 ปรับปรุงแบบสอบถาม หากค่าอัลฟาที่คำนวณได้จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นมีค่าน้อยกว่า 0.7 ต้องมีการปรับปรุงแบบสอบถามให้แบบสอบถามมีคุณภาพมากกว่าเดิม แต่หากค่าอัลฟามีค่า 0.7 ขึ้นไปสามารถนำแบบสอบถามไปใช้จริงได้

1.4 นำแบบสอบถามไปใช้ในงานสำรวจจริงโดยแจกแบบออนไลน์จำนวน 400 ฉบับ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่เงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 399 ราย (จากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลใช้เครื่องมือทางสถิติคือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านต่าง ๆ

ส่วนที่ 2-4 ข้อมูลปัจจัยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ใช้เครื่องมือทางสถิติคือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นคือ ปัจจัยจากองค์กร (Organization Factors) และปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) กับตัวแปรตามคือ การเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลปรากฏดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 มีอายุ 25-39 ปี หรือผู้ที่อยู่ในกลุ่ม Gen Y จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 มีสถานภาพโสด จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 85.10 จบการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 ทำงานในบริษัทเอกชน ทั้งหมด 442 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 และมีประสบการณ์ทำงานในบริษัทเอกชน 1-5 ปี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 60.20

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ

Z

ปัจจัยจากองค์กร (Organization Factors) ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยมีความเห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

2.1 ความมั่นคงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมากโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าความมั่นคงในการทำงานทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือจากสังคมมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

2.2 ความท้าทายในการทำงาน ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าความท้าทายในการทำงานมีส่วนช่วยให้เกิดการเรียนรู้และเพิ่มทักษะ ความชำนาญในงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76

2.3 วัฒนธรรมองค์กร ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าองค์กรที่สนับสนุนการเรียนรู้ เช่น การอบรม จะทำให้ท่านมีความรู้ความสามารถ และก้าวหน้าเติบโตในอาชีพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

2.4 สภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าบรรยากาศในการทำงานจะช่วยสร้างแรงผลักดันให้อยากทำงานมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factors) ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมากโดยมีความเห็นว่าความมุ่งมั่นในการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3.1 ความมุ่งมั่นในการทำงาน ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเสมอว่าการทำงานจะต้องมีส่วนทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64

3.2 ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80

3.3 ความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยกลุ่มเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานสามารถฝึกฝนและพัฒนาได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปรตามการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z การเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่า ท่านชอบทำงานที่ท้าทายความสามารถ แม้จะเป็นงานที่มีปัญหาหรืออุปสรรคให้ต้องแก้ไขก็ตาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ปัจจัยองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z จากการวิจัยพบว่า

ความมั่นคงในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความมั่นคงในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความท้าทายในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความท้าทายในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z จากการวิจัยพบว่าความมุ่งมั่นในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความมุ่งมั่นในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความรู้สึกที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความรู้สึกที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอนุมานของสมมติฐานที่ 1 และ สมมติฐานที่ 2 ดังตาราง 5.1

ตารางที่ 2 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z	
1.1 ความมั่นคงในงาน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
1.2 ความท้าทายในงาน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
1.3 วัฒนธรรมองค์กร	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
1.4 สภาพแวดล้อมในการทำงาน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z	
2.1 ความมุ่งมั่นในการทำงาน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
2.2 มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
2.3 การคิดสร้างสรรค์	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z มีการผลสรุปการวิจัยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ปัจจัยองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านความมั่นคงในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากหากองค์กรมีความมั่นคงไม่ว่าจะเป็นองค์กรเล็กหรือใหญ่ ความมั่นคงจะช่วยสร้างแรงผลักดันต่อพนักงานให้พัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อทำให้องค์กรเติบโตต่อไปเรื่อยๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการในองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Walton, Richard E. (1973) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตในแนวทางการเป็นบุคคล (Humanistic) กำหนดว่าคุณภาพชีวิตการทำงานต้องมีปัจจัยชีวิต 8 ด้าน ในด้านที่ 3 ได้กล่าวไว้ว่า ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน (Growth and Security) จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานอยากทุ่มเทในการทำงานมากยิ่งขึ้น และสำหรับกลุ่มคน Generation Y และ Z ที่ต้องการความมั่นคงในชีวิต ความมั่นคงในการทำงานจึงส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านความท้าทายในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากความท้าทายจะช่วยสร้างแรงผลักดันให้พนักงานในองค์กรต้องการที่จะพัฒนาตนเองไปเรื่อยๆ สำหรับกลุ่มคน Generation Y และ Z นั้นอยู่ในช่วงวัยที่กำลังสร้างตัว มีความกระตือรือร้น มีพลังในตัวเองสูง ต้องการพัฒนาตัวเอง จากแนวคิดของ ดุลยทัศน์ พีชมงคล (2562) จึงเป็นสาเหตุให้ความท้าทายในการทำงานจะผลักดันให้คนกลุ่มนี้พัฒนาไปเป็นผู้ประกอบการในองค์กรได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ วุฒิยะโร (2543) ที่ได้ศึกษาคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีคุณสมบัติทั้งหมด 19 ข้อ โดย กล้าลอง กล้าเสี่ยง ชอบความท้าทาย อยู่ในข้อที่ 1 และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Frese (2000) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) โดยผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะมีความผูกพันในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง เป็นผู้ที่มองหาหนทางไปสู่ความสำเร็จหรือชัยชนะเสมอ ชอบงานที่ท้าทาย และมีแรงจูงใจในการทำงานนั้นๆ ให้ได้ดีกว่าเดิมและเพื่อประสบความสำเร็จต่อไป

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องมาจากการอยู่ในวัฒนธรรมที่ดีจะส่งเสริมให้มีการพัฒนาระดับการทำงานได้อย่างรวดเร็ว นอกจากการพัฒนาเรื่องงานแล้วยังส่งผลต่อการอยากอยู่ทำงานในองค์กรนั้นไปเรื่อยๆ เพราะอยู่แล้วมีความสุขในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuratko et al. (2017) ที่ได้ศึกษาและสรุปผลเอาไว้ว่า หากองค์กรสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ชอบการเรียนรู้อยู่เสมอจะนำไปสู่การเกิดผู้ประกอบการในองค์กร การสร้างบรรยากาศการเป็นผู้ประกอบการ (Structuring for an intrapreneurial climate) จะเป็นตัวส่งเสริมให้มีการพัฒนาพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์ องค์กรควรจัดให้มีกิจกรรมหรือการอบรมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานและผู้บริหารเพื่อหล่อหลอมทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของพนักงานให้มีความเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องมาจากการมีสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานเช่น การมีเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานที่ดีจะช่วยให้ตัวพนักงานสามารถพัฒนาตัวเองได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีผู้คอยสนับสนุนและช่วยเหลืออยู่ สอดคล้องกับทฤษฎีของ พรมิตร กุลกาลยีนยง (2561) การสร้างผู้ประกอบการในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ควรเริ่มจากการสร้างสภาพแวดล้อมการเป็นผู้ประกอบการในองค์กร เช่น การไม่กีดกันความคิดใหม่ ๆ ของพนักงาน การสนับสนุนการทำงานเป็นทีมที่มีสมาชิกจากหลายฝ่าย

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านความมุ่งมั่นในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นเหมือนแรงผลักดันหรือความตั้งใจจริงที่จะเป็นผู้ประกอบการ ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในงาน จึงเป็นสาเหตุให้ความมุ่งมั่นในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z ซึ่งสอดคล้องกับ พรมิตร กุลกาล ยืนยง (2561) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการในองค์กรจะไม่ได้รับริเริ่มคิดหัวข้อหรือก่อตั้งองค์กรต่างๆขึ้นด้วยตัวเองเหมือนผู้ประกอบการผู้ประกอบการในองค์กรจะมุ่งมั่นในการช่วยพัฒนาองค์กร และมองเห็นโอกาสหรือช่องทางในการทำงานที่ดีกว่าเดิมหรือมีประสิทธิภาพที่จะพัฒนาตนเองและองค์กรต่อไปได้ ผู้ประกอบการในองค์กรจะอยากเสนอตัวเองเข้าร่วมคิดช่วยทำงานอื่นๆที่สามารถช่วยและนำพาองค์กรเพื่อประสบความสำเร็จ สำหรับกลุ่มคน Generation Y และ Z ที่มีความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นในการทำงานสูง จากที่ ดุลยทัศน์ พีชมงคล (2562) ได้กล่าวไว้ จึงเป็นสาเหตุให้ความมุ่งมั่นในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านความรู้สึกที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากหากพนักงานมีความรู้สึกในเชิงบวกต่อการทำงานและต่อองค์กร จะส่งผลให้พนักงานทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีทั้งหมด 19 ข้อ ของ อาทิตย วัชระโร (2543) ในข้อที่ 3 คือ มีความรู้สึกผูกพันกับเป้าหมายของตนเอง และ พรมิตร กุลกาลยืนยง, 2561 ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการในองค์กรมีความพยายาม มุ่งมั่น และอดทนอย่างมากที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นให้ได้ อีกทั้งยังเป็นพนักงานที่มีความรักความผูกพันเสมือนเจ้าของกิจการ

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านการคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก ในองค์กรสมัยใหม่จะมุ่งเน้นในเรื่องการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในการช่วยการทำงานให้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และผู้ที่สามารถสร้างความคิดที่สร้างสรรค์และพัฒนาต่อยอดได้คือกลุ่มคน Generation Y และ Z สอดคล้องกับงานทฤษฎีของ Kuratko et al. (2011) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ในการสร้างผู้ประกอบการในองค์กร องค์กรต้องสนับสนุนให้เกิดการคิดสร้างสรรค์และค้นคว้านวัตกรรมใหม่ ๆ สร้างบรรยากาศการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในองค์กร และการสร้างทีมงานผู้ประกอบการที่ไม่ได้สังกัดหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มคน Generation Y และ Z เป็นกลุ่มคนที่ชอบหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม คิดหาวิธีการที่ง่ายที่สุด และชอบเทคโนโลยี และมักใช้เทคโนโลยีหาข้อมูลเพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ จึงเป็นสาเหตุให้การคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z พบว่า ปัจจัยองค์กรซึ่งประกอบด้วย ความมั่นคงในการทำงาน ความท้าทายในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

- วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของกลุ่มและอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก องค์กรควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ พัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มคนที่ต้องให้ความสำคัญคือกลุ่มคน Generation Y และ Z เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่พร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เข้าใจเทคโนโลยีได้ง่ายและสามารถพัฒนาต่อยอดได้

- ความมั่นคงในการทำงาน ในปัจจุบันกลุ่มคน Generation Y และ Z ไม่มุ่งไปที่บริษัทักษ์ใหญ่เหมือนในอดีตเสมอไป ความมั่นคงที่คนรุ่นใหม่มองหาจึงมีนิยามที่แตกต่างไปจากอดีต องค์กรควรทำให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงที่ได้ทำงานในองค์กร เช่น การให้ค่าตอบแทนที่ยอมรับได้ทั้งสองฝ่าย การมีเส้นทางในอาชีพของพนักงานแต่ละคนที่ชัดเจน หรือการมีสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้

- ความท้าทายในการทำงาน กลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ เนื่องจากมีความต้องการที่จะพัฒนาตัวเองไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงกว่า ดังนั้นองค์กรควรมุ่งเน้นสร้างความท้าทายให้พนักงานเพื่อฝึกฝนให้เกิดทักษะและความสามารถ การมอบหมายงานที่มีความท้าทายให้พนักงาน จะเหมือนเป็นงานมอบหมายความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ให้พนักงาน พนักงานจะมีความรู้สึกอยากทำงานที่ได้รับให้เสร็จ เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น

- สภาพแวดล้อมในการทำงาน องค์กรที่สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานได้ จะทำให้พนักงานสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ดียิ่งขึ้น สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีหมายถึง สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวพนักงานขณะทำงาน เช่น เพื่อนร่วมงาน เครื่องมือ เครื่องจักรต่างๆ หากองค์กรสามารถจัดสรรทรัพยากรเหล่านี้ให้ส่งผลดีต่อการทำงานได้ ย่อมส่งผลให้พนักงานเกิดการสร้างสรรค์งานใหม่ๆได้

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อองค์กร และการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

- ความมุ่งมั่นในการทำงาน เป็นปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของกลุ่มและอยู่ในเกณฑ์ระดับความคิดเห็นระดับมาก ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นสิ่งที่พนักงานแต่ละคนมีไม่เท่ากัน จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่ต้องช่วยสร้างให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกอยากทำงานให้ดียิ่งขึ้น อาจมีการให้แรงจูงใจกับพนักงานเพื่อให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวพนักงานให้มุ่งมั่นมากยิ่งขึ้น และกลุ่มคนที่ต้องให้ความสำคัญคือกลุ่มคน Generation Y และ Z เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้น มีไฟในตัวเอง และมีความมุ่งมั่นสูง

- ความรู้สึกที่มีต่อองค์กร หากพนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรไม่ว่าจะเป็นความรัก ความผูกพัน จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกอยากช่วยเหลือและผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จ องค์กรควรมีกิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างองค์กรและพนักงานเพื่อกระชับความสัมพันธ์กัน เช่น กิจกรรมสันทนาการหรือกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีของพนักงานแลบุคคลภายนอกต่อองค์กร

- การคิดสร้างสรรค์ กลุ่มคน Generation Y และ Z เป็นกลุ่มคนที่ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ สามารถหาความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถเข้าใจการทำงานและเทคโนโลยีได้ง่าย จึงทำให้เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ การมีพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆได้ องค์กรควรให้ความสำคัญกับการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างผู้ประกอบการในองค์กรให้มากยิ่งขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะการคิด เพื่อเพิ่มความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านอื่นๆที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Z

- เมื่อมีการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับงานวิจัยแล้ว ควรมีการติดตามผลของการปรับปรุงเพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

- ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

พรมิตร กุลกาลยี่นยอง. (2561). กลยุทธ์การสร้างผู้ประกอบการในองค์กร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่4 ฉบับที่ 1.

บริษัท ธรรมนิติ จำกัด (มหาชน). (2561). **Gen Y vs Gen Z**. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.dharmniti.co.th/gen-y-vs-gen-z/>

Frese, Michael. (2000). **Success and Failure of Micro business Owners in Africa**. United States of America. Greenwood Publishing Group

Hisrich, R. D. (1990). **Entrepreneurship/intrapreneurship**. New York. McGraw Hill Book Co.

Kuratko, D.F. (2017). **Entrepreneurship: Theory, Process, Practice**. Boston. Cengage Learning.

Kuratko, D. F., Morris, M. H. & Covin J. G. (2011). **Corporate Innovation and Entrepreneurship**. South-Western. Cengage Learning.

Lyons, S.T. (2003). **An Exploration of General Values in Life and at Work**. Doctoral dissertation, Carleton University, Ottawa, Canada.

Mannheim, K. (1952). **The Problem of Generation**. P. Kecskemeti. Essays on the Sociology of Knowledge.

OXFORD UNIVERSITY PRESS (2000). **Oxford essential dictionary**. Oxford. OXFORD UNIVERSITY PRESS (ELT).