

การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคยุค Gen Z และ Alpha

Developing Digital Entrepreneurial Skills to Meet the Needs of Gen Z and Alpha Consumers

ดร.กฤษณะ หลีกคงคา¹

คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ

E-mail: Kritsana.la@spu.ac.th

ธีรวิภา ตันตือธิมงคล²

คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ

E-mail: 6550104.st@spu.ac.th

ผศ.มนนภา เทพสุด³

คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ

Monnapa.th@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha ในประเทศไทย และเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะดังกล่าว โดยมีขอบเขตการศึกษารอบคอบกลุ่มผู้ประกอบการดิจิทัลในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสตาร์ทอัพ ทักษะที่สำคัญ 5 ด้านหลัก ได้แก่ ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างประสบการณ์ลูกค้า และความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha มีลักษณะเฉพาะ เช่น ความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ความต้องการประสบการณ์แบบส่วนบุคคล และความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อความคาดหวังในการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลจึงต้องครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดดิจิทัล การสร้างประสบการณ์ลูกค้า การบริหารจัดการนวัตกรรม ความเป็นผู้นำดิจิทัล และความยั่งยืนและจริยธรรม ดังนั้นการศึกษานี้ได้เสนอแนวทางการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย

คำสำคัญ: การพัฒนาทักษะ, ผู้ประกอบการดิจิทัล, ผู้บริโภคยุค Gen Z และ Alpha, ความต้องการผู้บริโภค

ABSTRACT

This study aims to analyze the essential skills for digital entrepreneurs in responding to the needs of Gen Z and Alpha consumers in Thailand, and to propose approaches for developing these skills. The scope of the study covers digital entrepreneurs in small and medium-sized enterprises (SMEs) and startups, focusing on five key skill areas: digital technology, digital marketing, data analytics, customer experience creation, and sustainability and social responsibility.

The findings reveal that Gen Z and Alpha consumers have distinct characteristics, such as digital proficiency, demand for personalized experiences, and concern for social and environmental issues, which influence their expectations for digital services and products. Consequently, the skills necessary for digital entrepreneurs must encompass technology, data analysis, digital marketing, customer experience creation, innovation management, digital leadership, and sustainability and ethics. This study proposes strategies for developing digital entrepreneurial skills that align with market demands and modern consumer behavior, aiming to enhance business competitiveness and support the growth of the digital economy in Thailand.

KEYWORDS: Skill development, Digital entrepreneurs, Gen Z and Alpha consumers, Consumer demands

1. บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Gen Z (เกิดระหว่างปี 1997-2012) และ Alpha (เกิดหลังปี 2010) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Natives) และมีพฤติกรรมบริโภคที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างมีนัยสำคัญ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2023) กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลตั้งแต่เยาว์วัย ส่งผลให้มีความคาดหวังสูงต่อการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันและการทำธุรกรรมต่าง ๆ

การศึกษาของ Deloitte (2022) พบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha มีความคาดหวังสูงต่อประสบการณ์การใช้งานดิจิทัล ความเร็วในการตอบสนอง และความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ พวกเขายังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการปรับกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบโจทย์ ความคาดหวังเหล่านี้ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิธีการนำเสนอ การสื่อสาร และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาส่วนใหญ่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันมือถือ พวกเขา มักค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ ยังมี ความคาดหวังในการได้รับประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคล (Personalization) มากขึ้นความท้าทายสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ พวกเขา มักเลือกสนับสนุนแบรนด์ที่มีจุดยืนชัดเจนในประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับค่านิยมเหล่านี้

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2024) พบว่า ผู้ประกอบการไทยกว่า 60% ยังขาดทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดดิจิทัล และการสร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่องว่างทักษะนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ และอาจสูญเสียโอกาสทางธุรกิจในตลาดที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ การขาดทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลยังส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ตลาด การขาดทักษะด้านการตลาดดิจิทัลทำให้ไม่สามารถสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่การไม่สามารถสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ดีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อาจนำไปสู่การสูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งที่มีความพร้อมมากกว่า

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ การศึกษาและพัฒนาแนวทางในการเสริมสร้างทักษะเหล่านี้จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและจำเป็นต้องได้รับการศึกษาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและเติบโตได้ในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha
- (2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

3. ขอบเขตด้านการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลในประเทศไทย โดยพิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ขอบเขตของการศึกษาคครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ด้านประชากร การศึกษาจะเน้นที่ผู้ประกอบการดิจิทัลในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสตาร์ทอัพ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2024)

ด้านเนื้อหา การวิเคราะห์จะครอบคลุมทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล 5 ด้านหลัก ได้แก่ ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างประสบการณ์ลูกค้า และความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดแรงงานดิจิทัลในปัจจุบัน (World Economic Forum, 2023)

ด้านพื้นที่ แม้ว่าการศึกษาจะเน้นที่บริบทของประเทศไทย แต่จะมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับแนวปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศที่มีบริบทใกล้เคียงกับไทย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการไทย

ด้านเวลา: การศึกษาจะพิจารณาข้อมูลและแนวโน้มในช่วง 5 ปีย้อนหลัง (2019-2024) และคาดการณ์แนวโน้มในอีก 3-5 ปีข้างหน้า เพื่อให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต

ด้านกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การศึกษาจะเน้นวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z (เกิดระหว่างปี 1997-2012) และ Alpha (เกิดหลังปี 2010) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดดิจิทัลในปัจจุบันและอนาคต (Deloitte, 2022)

4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการดิจิทัล

ผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurs) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างธุรกิจใหม่หรือปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจเดิมให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล (Sabut et al., 2021) แนวคิดนี้ได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการดิจิทัล ได้แก่ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การมีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้รวดเร็ว และการมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม (Kraus et al., 2022) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการดิจิทัลยังต้องมีความเข้าใจในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ

และยังมีการศึกษาของ Li et al. (2020) พบว่า ผู้ประกอบการดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการสร้างนวัตกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่มูลค่า อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการดิจิทัลยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับด้านข้อมูลส่วนบุคคล และการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Nambisan, 2023)

5. ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Alpha

Gen Z (ผู้ที่เกิดระหว่างปี 1997-2012) และ Alpha (ผู้ที่เกิดหลังปี 2010) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล มีลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาของ Francis และ Hoefel (2022) พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล: มีความคุ้นเคยและใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย
 2. ความต้องการประสบการณ์แบบส่วนบุคคล: ชื่นชอบสินค้าและบริการที่ปรับแต่งให้เหมาะกับความต้องการเฉพาะบุคคล
 3. ความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม: ให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
 4. การบริโภคแบบหลายช่องทาง: ใช้ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ในการซื้อสินค้าและบริการ
- นอกจากนี้ การวิจัยของ Deloitte (2023) ยังพบว่า Gen Z และ Alpha มีพฤติกรรมการบริโภคที่เน้นความรวดเร็ว ความสะดวก และความโปร่งใส พวกเขา มักตัดสินใจซื้อสินค้าโดยอาศัยข้อมูลจากโซเชียลมีเดียและรีวิวออนไลน์ และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแบรนด์ได้ง่ายหากไม่พึงพอใจ

อย่างไรก็ตาม Dimock (2024) ชี้ให้เห็นว่า แม้ Gen Z และ Alpha จะมีลักษณะร่วมกันหลายประการ แต่ก็มีความแตกต่างบางอย่าง เช่น Gen Alpha มีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยี AI และ VR/AR มากกว่า Gen Z และอาจมีความคาดหวังต่อประสบการณ์ดิจิทัลที่สูงกว่า

6. ทักษะและภาวะทางอารมณ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

ในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาทักษะที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและรักษาความสามารถในการแข่งขัน จากการศึกษาของ World Economic Forum (2023) และ OECD (2022) สามารถสรุปทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลได้ดังนี้

1. ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล: ความเข้าใจและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีล่าสุด เช่น AI, blockchain, IoT
2. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล: ความสามารถในการใช้ Big Data และ Analytics เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ
3. ทักษะการตลาดดิจิทัล: ความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย
4. ทักษะการสร้างประสบการณ์ลูกค้า: ความสามารถในการออกแบบและส่งมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจแบบ omni-channel
5. ทักษะการบริหารจัดการนวัตกรรม: ความสามารถในการสร้างและจัดการนวัตกรรมในองค์กร
6. ทักษะความเป็นผู้นำดิจิทัล: ความสามารถในการนำองค์กรผ่านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล
7. ทักษะด้านความยั่งยืนและจริยธรรม: ความเข้าใจและการปฏิบัติตามหลักการด้านความยั่งยืนและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล



ภาพที่ 1 ภาวะทางอารมณ์ ที่เชื่อมโยงกับการมีทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล
ที่มา: <https://blog.readyplanet.com/17698707/7-soft-skills-you-need-to-have-to-do-your-businesses>

Obschonka และ Audretsch (2023) เน้นย้ำว่า นอกจากทักษะเฉพาะทางแล้ว ผู้ประกอบการดิจิทัลยังต้องมีทักษะที่ไม่ใช่ทางเทคนิค (Soft Skills) ที่สำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อให้สามารถปรับตัวและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

5. สรุป

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาทักษะใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Gen Z และ Alpha ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล พวกเขามีความคาดหวังสูงต่อประสิทธิภาพการใช้งานดิจิทัล ความเร็วในการตอบสนอง และความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการปรับกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบโจทย์

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดดิจิทัล และการสร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่องว่างทักษะนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ และอาจสูญเสียโอกาสทางธุรกิจในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ

6. ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการดิจิทัลเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ การดำเนินการตามข้อเสนอแนะข้างต้นจะช่วยสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัลในประเทศไทย ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทาง

• สร้างหลักสูตรที่เน้นทักษะดิจิทัลที่จำเป็น โดยเฉพาะการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดดิจิทัล และการสร้างประสบการณ์ลูกค้า

- ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำในการพัฒนาหลักสูตร
- จัดทำโปรแกรมฝึกอบรมออนไลน์ที่ยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้ได้ตามเวลาที่สะดวก

2) การสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนผู้ประกอบการดิจิทัล

- ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการ
- จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจดิจิทัลที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านเทคโนโลยี
- สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการเรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ

3) การสนับสนุนด้านนโยบายและการเงิน

- พัฒนานโยบายส่งเสริมการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับ SMEs
- จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ
- ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับบริษัทที่ลงทุนในการพัฒนาทักษะดิจิทัลของพนักงาน

- 4) การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา
 - สร้างโครงการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและบริษัทเทคโนโลยีในการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ตลาด
 - จัดทำโครงการฝึกงานและสหกิจศึกษาเพื่อเชื่อมโยงนักศึกษากับผู้ประกอบการดิจิทัล
 - ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ
- 5) การสร้างความตระหนักและการรับรู้
 - จัดทำแคมเปญประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของทักษะดิจิทัล
 - จัดงานสัมมนาและนิทรรศการเพื่อแสดงนวัตกรรมและแนวโน้มเทคโนโลยีล่าสุด
 - สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รวบรวมข้อมูลและทรัพยากรสำหรับการพัฒนาทักษะดิจิทัล

7. เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2023). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลประจำปี 2566*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2024). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2567*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- Deloitte. (2022). *Understanding Gen Z and Alpha consumer behaviors*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/global/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behavior-trends-state-of-the-consumer-tracker.html>
- Deloitte. (2023). *Global Gen Z and Millennial Survey 2023*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/genzmillennialsurvey.html>
- Dimock, M. (2024). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2024/01/17/defining-generations-where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2022). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2022). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 1-22.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2020). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 30(6), 1082-1118.
- Nambisan, S. (2023). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(1), 1042-2587.
- Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2023). Artificial intelligence and entrepreneurship: implications and avenues for future research. *Small Business Economics*, 60(1), 1-17.

OECD. (2022). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing.

Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159-1169.

World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: World Economic Forum.