

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

A Causal Relationship Model of Youth Entrepreneurial Intention with Disruptive Technology Innovation of Young Women Undergraduate Students

Received:	March	10, 2019
Revised:	June	26, 2019
Accepted:	June	27, 2019

ธาดาทิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)^{*}

พรญาณี หิรัญคุชิต (Pornyanee Hirunsupachot)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้
นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี และรูปแบบความสัมพันธ์เชิง
สาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิก
ผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งพัฒนามาจากการทบทวน
วรรณกรรม และการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค แบบสอบถามได้
กระจายแก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี จำนวน 190 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ
สะดวก จากนั้นทำการวิเคราะห์โมเดลการวัด และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างก่อนการทำการตรวจสอบ
สมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS)
ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็น
ผู้ประกอบการมืออาชีพ โดยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลเชิงบวก
ต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ รองลงมาคือ คุณค่าทางสังคม นอกจากนี้ แรงจูงใจต่อการเป็น
ผู้ประกอบการมืออาชีพยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้
นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ สมรรถนะในการ
เป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ โดยคุณค่าทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ
และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ
รุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี และสมรรถนะในการ

^{*} อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล: thadathibes@ms.su.ac.th

Lecturer in Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: thadathibes@ms.su.ac.th

^{**} นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student's Bachelor of Business Administration Program of Business Management and English, Faculty of
Management Science, Silpakorn University

เป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ นอกจากนี้ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี และยังพบว่าแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพมีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ในขณะที่คุณค่าทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายผลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 74.10 ($R^2=74.10$, $R^2_{adj}=73.70$) จากผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเพิ่มระดับความตั้งใจของนักศึกษาหญิงที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี โดยผ่านแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่เกิดจากคุณค่าทางสังคม

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน นักศึกษาหญิง

Abstract

This research aims to study the factors that influence youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students and a causal model of youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students. The tool, which is questionnaire and test the reliability by coefficient alpha. The questionnaire was distributed to 194 samples of young women undergraduate students by convenience sampling. Then analysis the measurement model and structural equation modeling before hypotheses testing by Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software.

The results found that the social value had the most influential factor that positively effects on professional entrepreneurial motivation. Which the professional entrepreneurial motivation had the most influential factor that positively effects on professional entrepreneurial capacity, followed by social value. Moreover, the professional entrepreneurial motivation had the most influential factor that positively effects on youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students, followed by professional entrepreneurial capacity. Which the social value directly affected professional entrepreneurial motivation and professional entrepreneurial capacity and indirectly influenced youth

entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students and professional entrepreneurial capacity. Moreover, the professional entrepreneurial capacity directly affected youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students. In addition found that the professional entrepreneurial motivation directly affected professional entrepreneurial capacity and youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students and indirectly influenced youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students. While the social value did not directly affect the youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students. The structural equation model can explain youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students at 74.10 percent ($R^2=0.741$, $R^2_{adj}=0.737$). The results of this research are beneficial to educational institution, business incubator and stakeholder to increase the youth entrepreneurial intention with disruptive technology innovation of young women undergraduate students through the professional entrepreneurial motivation and professional entrepreneurial capacity by social value.

Keywords: A Causal Relationship, Youth Entrepreneurial Intention, Disruptive Technology Innovation, Young Women Undergraduate Students

บทนำ

เทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้เกิดเป็นธุรกิจใหม่ซึ่งมาแทนที่ธุรกิจหรือตลาดเดิม หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน” (Disruptive Innovation) ซึ่งทำให้วงการอุตสาหกรรมและธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด อีกทั้งยังทำให้นักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางนโยบาย และผู้บริหารในทุกภาคส่วนเกิดมุมมองใหม่ รวมถึงผลักดันให้เกิดการพัฒนาสวัสดิการสังคมด้วยการสร้างอย่างสร้างสรรค์ (Creative Construction) ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสามารถทำได้มาก่อน (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2559) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเกิดขึ้น ผู้ประกอบการทางธุรกิจรุ่นใหม่จึงจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อปรับตัวเข้าสู่การดำเนินธุรกิจบนโลกดิจิทัล และรับมือกับความกดดันทางธุรกิจเชิงการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาลส์ ดาร์วิน ที่ได้กล่าวไว้ว่า “คนที่อยู่รอดไม่ใช่คนที่แข็งแรงที่สุด แต่คือคนที่ปรับตัวได้กับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีที่สุด” (Smartsme.co.th, 2560)

ปัจจุบันพบว่า ผู้หญิงกลายเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนโลก ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นในฐานะแรงงาน หรือผู้ประกอบการที่จะทำให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตพร้อมกับส่งเสริมให้บทบาทของผู้หญิงเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย (มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ, 2561) โดยมีปัจจัยทางสภาพแวดล้อมหรือคุณค่าทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในด้านบรรทัดฐานของสังคม ความเท่าเทียมของผู้หญิงและชาย (BLTbangkok.com, 2560) วัฒนธรรมที่ให้ความเคารพในสิทธิที่เท่าเทียมกันระหว่างชายหญิง (International Labour Organization, 2017) ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่สูงขึ้น รวมถึงการมองโลกในแง่ดีของผู้หญิงที่ทำให้การดำเนินธุรกิจมีโอกาสเจริญเติบโตและประสบผลสำเร็จได้มากกว่า (Elaine Pofeldt, 2014) โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถส่งผลต่อเนื่องไปยังระดับความตั้งใจของการเป็นผู้ประกอบการเพศหญิงในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง

จากผลการสำรวจถึงดัชนีผู้ประกอบการของผู้หญิงประจำปี 2018 (Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE) 2018) ซึ่งดำเนินการโดยมาสเตอร์การ์ด พบว่า ผู้ประกอบการหญิงไทยขึ้นแท่นเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน และอันดับ 3 ของโลก จากทั้งหมด 16 ประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก และเป็นประเทศที่มีเงื่อนไขเอื้ออำนวยหรือส่งเสริมให้ผู้หญิงเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด (Georgette Tan, 2018) ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยนั้น มีแรงสนับสนุนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เพียงพอต่อการเข้าถึงช่องทางและโอกาสสำหรับการเป็นผู้ประกอบการของเพศหญิง และยังมีแรงส่งเสริมศักยภาพเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อก้าวเข้าสู่ตลาดสากลอีกด้วย นอกจากนี้จากสถิติยังได้ระบุว่า ร้อยละ 45 ของประชากรในวัยผู้ใหญ่ของไทย มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นสตรี และไทยยังเป็นประเทศอันดับ 1 ในเอเชีย และอันดับ 2 ของโลก รองจากยูกันดา ที่สตรีได้เข้ามามีบทบาทในการจัดตั้งและเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง (Smethailandclub.com, 2557) จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการเพศหญิงในประเทศไทยเป็นที่ยอมรับโดยทั่วว่ามีศักยภาพที่สูง และมีความสามารถเชิงการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้มีอัตราผู้ประกอบการเพศหญิงในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของบทบาทสตรีไทยในปัจจุบัน พบว่า ประเทศไทยมีความเท่าเทียมทางเพศในระดับสูง เช่นเดียวกับฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย โดยเพศไม่ใช่อุปสรรคความสำเร็จในการประกอบกิจการ ผู้หญิงสามารถเข้าถึงการศึกษา และหลายคนมีเป้าหมายในทางธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม อุปสรรคของผู้ประกอบการไทยยังมีอยู่หลายอย่าง ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยเฉพาะในเรื่องการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ให้ความรู้ในเรื่องการประกอบธุรกิจสำหรับเยาวชน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยหลายรายยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการคิดค้นนวัตกรรม แต่เน้นการลอกเลียนแบบ ทำให้ไม่มีความแตกต่างทางธุรกิจ ซึ่งนำมาสู่ความเสี่ยงที่จะล้มเหลวในการประกอบกิจการ ดังนั้น รัฐบาลจึงควรส่งเสริมผู้ประกอบการให้มากขึ้น ปรับปรุงคุณภาพการศึกษา ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านธุรกิจ ตลอดจนการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล พร้อมทั้งให้การสนับสนุนด้านเงินทุน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการที่อยู่ในขั้นเริ่มต้นให้สามารถต่อยอดไปสู่กิจการที่มั่นคงได้ นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนนวัตกรรม และการพัฒนาทางเศรษฐกิจในอนาคต (Smethailandclub.com, 2557) รวมถึงการพัฒนาและการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเข้ามาปรับใช้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่น และยังสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างเพื่อนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจบนโลกดิจิทัล ผู้ประกอบการจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาศักยภาพเชิงการแข่งขันระดับสากล รวมถึงขับเคลื่อนเศรษฐกิจในรูปแบบดิจิทัลของประเทศต่อไป

จากข้อมูลข้างต้น จึงนำไปสู่การศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ซึ่งปัจจุบันมีข้อมูลงานวิจัยอยู่อย่างจำกัด ทำให้ขาดการศึกษาเชื่อมโยงการใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณค่าทางสังคม แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรีนั้นมีอย่างค่อนข้างจำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงสาเหตุดังกล่าวเพื่อให้สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ประกอบการทางธุรกิจด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน สามารถนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน เพื่อให้ได้ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นเยาว์บนโลกดิจิทัลที่สามารถใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ มีคุณสมบัติ ชีตความสามารถ และศักยภาพที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์และนโยบายในการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคของเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่มีความเชี่ยวชาญในนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน ตลอดจนขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศชาติในอนาคตได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปที่ละตัวแปรและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (Professional Entrepreneurial Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากทัศนคติส่วนบุคคล หรือความนึกคิดซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมาทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดย McClelland (1962) และ Greenfield et al. (1979) สนับสนุนแนวคิดที่ว่าแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความรู้และเข้าใจสำหรับการตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าแสดงออก ความเข้าถึงข้อมูล และความพึงพอใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Wilken, 1979) ดังนั้น แรงจูงใจจึงถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม บุคลิกภาพ ภาวะการเป็นผู้นำ บทบาทหน้าที่ รวมถึงสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

คุณค่าทางสังคม (Social Value) หมายถึง ทัศนคติของบุคคลหรือสังคมที่มีต่อสิ่งของ ความคิด และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่าและความถูกต้องของสังคมนั้น ๆ สอดคล้องกับทฤษฎีการ

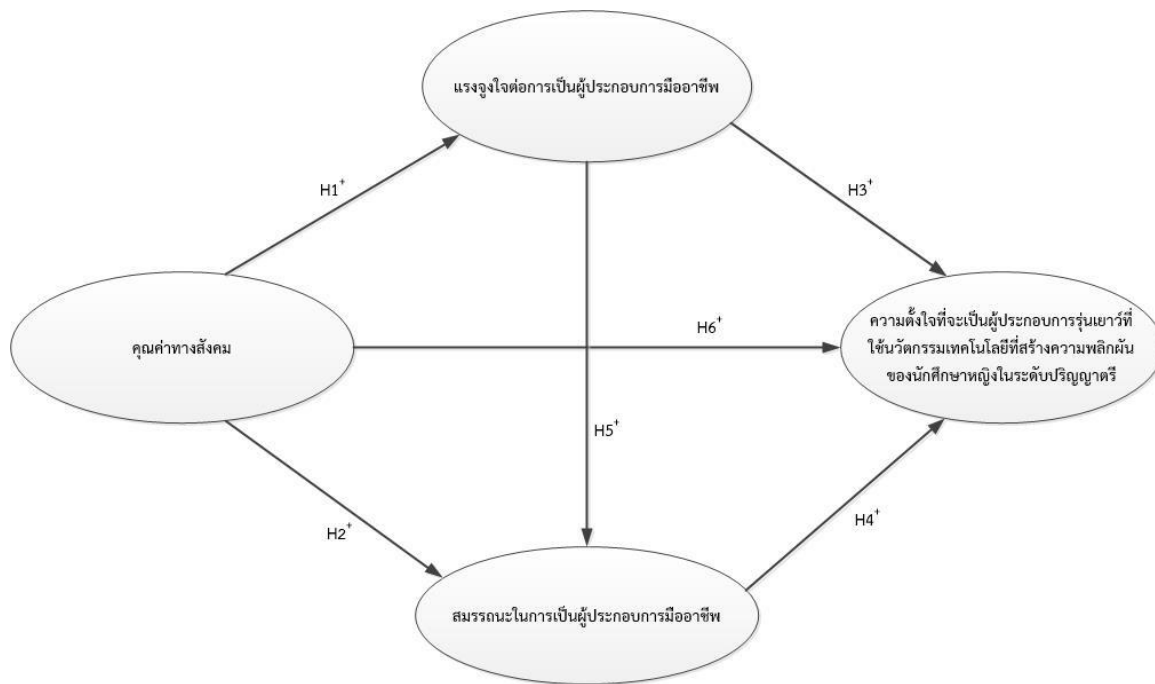
รับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ซึ่งระบุว่าบทบาทหน้าที่เชิงพฤติกรรมเป็นผลจากอิทธิพลของบุคคลและสิ่งแวดล้อม (Bandura, 1986) เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ระบบการศึกษา สถานะ เพศ อาชีพผู้ปกครอง (Bhandari, 2012) บทบาทภายในและนอกครอบครัว (Carr & Sequeira, 2007; Bosma et al., 2012; Radu & Loué, 2008) ความสัมพันธ์ทางครอบครัว (Arregle et al., 2015) และธรรมเนียมของครอบครัว (Altinay et al., 2012) พื้นฐานทางธุรกิจของครอบครัว (Hadjimanolis & Poutziouris, 2011) เป็นต้น

สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (Professional Entrepreneurial Capacity) หมายถึง ความสามารถที่เกิดจากได้ความรู้ และเข้าใจถึงความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการจากสภาพแวดล้อมและสังคม ทั้งในด้านกิจกรรม หน้าที่ และการกระทำต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้โอกาส การเข้าถึงข้อมูล การเริ่มต้นธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ (Bygrave, 1989) รวมถึงแรงจูงใจเชิงบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม โดยสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ความตั้งใจที่จะทำ และการแสดงพฤติกรรม (Bygrave, 1989) จนนำไปสู่การประสบความสำเร็จในที่สุด

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน (Youth Entrepreneurial Intention with Disruptive Technology Innovation) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการตระหนักรู้ถึงโอกาสด้านธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการที่ใช้นวัตกรรมดิจิทัล และเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ และความมุ่งมั่นพยายามของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบนโลกดิจิทัล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเชื่อทัศนคติของอำนาจภายในของผู้ประกอบการ และความกล้าเสี่ยง (Brockhaus, 1980) และความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับความกล้าเสี่ยง (Busenitz & Barney, 1997) จนนำไปสู่ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และประสบความสำเร็จในการเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นของตนเอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงเหตุของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ผสมกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ
H2	คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ
H3	แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี
H4	สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี
H5	แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ
H6	คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งภายหลังจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ผลการเชิงโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐาน การวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจาก สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตาม จำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ Hair et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 5 - 10 เท่าของดัชนีชี้วัด ในการศึกษาวิจัยมี แบบสอบถาม 19 ข้อคำถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 190 ตัวอย่าง ซึ่งงานวิจัยในอดีตได้ แนะนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM คือ กลุ่ม ตัวอย่างควรมีจำนวนระหว่าง 100 - 200 ตัวอย่าง (Ringle et al., 2009; Hair et al. 2011; Sarstedt et al., 2014) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 190 ตัวอย่าง ตามจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุ ของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงใน ระดับปริญญาตรี จำนวน 19 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถามหลังจากปรับปรุงแบบสอบถาม แล้วทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงเชิง เนื้อหา พบว่า ทุกข้อนั้นมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.89 และทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความ เหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอ นบาค (Cronbach's alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความ น่าเชื่อถือเพียงพอ จึงถือว่าค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดยอมรับได้ (Hair et al., 2010) ในที่นี้ ตัวแปร SV3 (ถ้าท่านตัดสินใจที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ ครอบครัวยุคท่านมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจของ ท่าน) มีค่าไม่ถึงเกณฑ์จึงตัดออกไป และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Item-Total Correlation) ได้ระหว่าง 0.796 - 0.895 และทั้งชุดเท่ากับ 0.915 รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ ของการศึกษาและปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล และทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2562

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Comparative Design) ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (A Partial Least Square Structural Equation Modeling) ด้วยโปรแกรม SmartPLS 3.0 (Ringle et al., 2015) ซึ่งมีความยืดหยุ่นทางด้านการยอมรับเชิงโครงสร้างมากกว่า รวมถึงเหมาะกับการวิจัยที่มีการพัฒนารอบการวิจัยใหม่ ๆ ที่อาจยังไม่มีทฤษฎีหรืองานวิจัยเชิงประจักษ์รองรับ (Lin et al., 2014) และมีความยืดหยุ่นสำหรับการกระจายของข้อมูลที่ไม่ต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติ (Blome et al., 2014) รวมถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่จำเป็นต้องมีจำนวนมาก (Peng & Lai, 2012) โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างมี 2 รูปแบบ คือ

1. การวิเคราะห์โมเดลการวัด

1.1 การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรโดยการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Indicator Loadings) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Hair et al., 2014)

1.2 การประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency) โดยการคำนวณค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2014)

1.3 การประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการคำนวณค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่าอย่างน้อย 0.50 (Hair et al., 2014)

1.4 การประเมินความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อแสดงว่าตัวแปรในแต่ละโมเดลการวัดสามารถชี้วัดองค์ประกอบได้เฉพาะโมเดลการวัดของตัวเอง พิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ ควรมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Fornell & Larcker, 1981)

2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2.1 การวิเคราะห์คุณภาพรวมของโมเดล โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination: R^2) และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ซึ่งหากมีค่าต่ำกว่า 0.25 แสดงว่าโมเดลมีคุณภาพต่ำ หากมีค่าตกอยู่ประมาณ 0.50 แสดงว่ามีคุณภาพปานกลาง และหากมีค่าตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป แสดงว่ามีคุณภาพสูง (Hair et al., 2014)

2.2 การวัดจากค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งควรมีค่ามากกว่าศูนย์ โดยถ้าค่า Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.02 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในขณะที่ Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และหากค่า Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.35 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูง (Hair et al., 2013)

2.3 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) ต้องมีค่า f^2 มากกว่า 0.02 ในขณะที่ค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.02 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายต่ำ ถ้าหากค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายปานกลาง และหากค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.35 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายสูง (Hair et al., 2013)

2.4 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient: β) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 38.70 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลระหว่าง 2,000 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.20 โดยภาพรวมกลุ่มคนในครอบครัวไม่มีพื้นฐานทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.60 และนิยมใช้บริการแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบของอินสตาแกรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.80 และส่วนใหญ่มีความสนใจนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันด้านการสื่อสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ค่าน้ำหนักทุกตัวแปร โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักที่ควรจะมีค่าสูงกว่า 0.70 จากตารางที่ 2 พบค่าน้ำหนักระหว่าง 0.783 - 0.927 และความสามารถอธิบายของแต่ละตัวแปรพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 หรือหมายถึงตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้มากกว่าร้อยละ 50 พบว่าตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ดังกล่าว โดยสามารถอธิบายได้สูงสุดร้อยละ 92.70 และอธิบายได้ต่ำสุดร้อยละ 83.30 เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.70 มีค่าระหว่าง 0.923 - 0.944 ขณะเดียวกันการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบที่ต้องผ่านเกณฑ์ 0.50 พบว่ามีค่าระหว่าง 0.697 - 0.857 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันภายในและสามารถอธิบายรูปแบบการวัดในองค์ประกอบของตนได้ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	T Statistics	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน
ความตั้งใจที่จะเป็น	DIEI1	0.796	23.079*	0.927	0.943	0.733
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	DIEI2	0.914	68.137*			
ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี	DIEI3	0.846	29.188*			
ที่สร้างความพลิกผัน	DIEI4	0.839	29.232*			
ของนักศึกษาหญิงใน	DIEI5	0.907	63.888*			
ระดับปริญญาตรี (DIEI)	DIEI6	0.828	21.620*	0.913	0.932	0.697
สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC)	EC1	0.783	24.231*			
	EC2	0.879	52.034*			
	EC3	0.807	21.891*			
	EC4	0.866	28.792*			
	EC5	0.865	37.541*			
	EC6	0.805	25.605*			
แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA)	PA1	0.875	43.447*	0.925	0.944	0.770
	PA2	0.908	60.905*			
	PA3	0.848	27.658*			
	PA4	0.889	36.146*			
	PA5	0.865	41.188*			
คุณค่าทางสังคม (SV)	SV1	0.927	62.762*	0.833	0.923	0.857
	SV2	0.925	72.513*			

หมายเหตุ * $t\text{-value} \geq 2.58$ (significance level = 1%)

ตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้

องค์ประกอบ	Correlation Matrix			
	DIEI	EC	PA	SV
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมฯ (DIEI)	0.856			
สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC)	0.792	0.835		
แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA)	0.842	0.823	0.877	
คุณค่าทางสังคม (SV)	0.501	0.574	0.511	0.926

จากตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้สูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น องค์ประกอบความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.856 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.501 - 0.842 และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.835 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.574 - 0.823 เป็นต้น ดังนั้น โมเดลดังกล่าวจึงมีความตรงเชิงจำแนกและสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 (Hair et al., 2011) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 5 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 2.042 - 3.330 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	VIF
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดีสรัป (DIEI)	3.231
สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC)	2.713
แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA)	3.330
คุณค่าทางสังคม (SV)	2.042

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานสำหรับการประเมินตัวแบบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้น จะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-Statistics มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยโดยสามารถอธิบายตามกลุ่มความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.511 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.069 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 7.392 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าคุณค่าทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 คือ คุณค่าทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.208 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.052 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 3.960 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าคุณค่าทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 คือ คุณค่าทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.584 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.069 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 8.431 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 คือ แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4 สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.292 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.071 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 4.115 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 คือ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 5 แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.716 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.041 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 17.303 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 คือ แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 6 คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.035 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.054 ค่าสถิติ (t-statistics) เท่ากับ 0.656 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.512 แสดงให้เห็นว่าคุณค่าทางสังคมไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ดังนั้น จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สามารถสรุปผลได้ดังรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

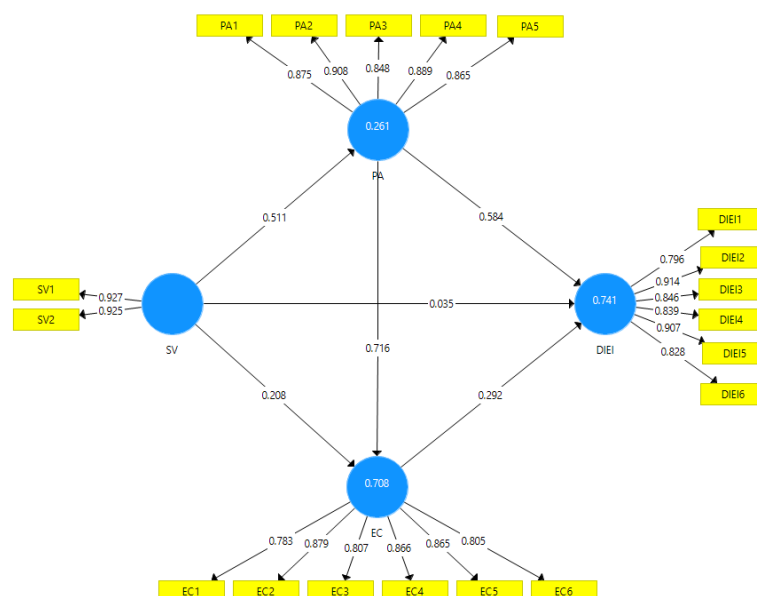
สมมติฐาน	Path	Path Coefficient	S.D.	T Statistics	p-Value	ผลการทดสอบ
H1	คุณค่าทางสังคม --> แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ	0.511	0.069	7.392*	0.000**	ยอมรับ
H2	คุณค่าทางสังคม --> สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ	0.208	0.052	3.960*	0.000**	ยอมรับ

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	Path	Path Coefficient t	S.D.	T Statistics	p- Value	ผลการ ทดสอบ
H3	แรงจูงใจต่อการเป็น ผู้ประกอบการมืออาชีพ --> ความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้าง ความพลิกผันของนักศึกษา หญิงในระดับปริญญาตรี	0.584	0.069	8.431*	0.000**	ยอมรับ
H4	สมรรถนะในการเป็น ผู้ประกอบการมืออาชีพ --> ความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้าง ความพลิกผันของนักศึกษา หญิงในระดับปริญญาตรี	0.292	0.071	4.115*	0.000**	ยอมรับ
H5	แรงจูงใจต่อการเป็น ผู้ประกอบการมืออาชีพ --> สมรรถนะในการเป็น ผู้ประกอบการมืออาชีพ	0.716	0.041	17.303*	0.000**	ยอมรับ
H6	คุณค่าทางสังคม --> ความ ตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่น เยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่ สร้างความพลิกผันของ นักศึกษาหญิงในระดับปริญญา ตรี	0.035	0.054	0.656	0.512	ปฏิเสธ

*|t| >= 1.96, **p-value < 0.001, ***p-value < 0.05

รายละเอียดของผลการวิจัยแสดงดังภาพที่ 2 แสดงทิศทางการสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Path Coefficient



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วนของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า คุณค่าทางสังคมอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (R^2) ได้ร้อยละ 26.10 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 25.80 อยู่ในระดับปานกลาง โดยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพและคุณค่าทางสังคมร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (R^2) ได้ร้อยละ 70.80 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 70.50 อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และคุณค่าทางสังคมยังร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (R^2) ได้ร้อยละ 74.10 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 73.70 อยู่ในระดับปานกลาง

และยังยืนยันคุณภาพของสมการโครงสร้างด้วยค่าดัชนีความเหมาะสม (Fit Indexes) ด้วยค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ (0.185 – 0.505) โดยในภาพรวมพบว่า คุณภาพของสมการโครงสร้างมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางถึงระดับสูง ดังแสดงในตารางที่ 7

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) 3 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ผลกระทบของแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ($f^2 = 1.300$) ผลกระทบของคุณค่าทางสังคม (SV) ต่อความแม่นยำในการ

พยากรณ์แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA) ($f^2 = 0.354$) และผลกระทบของแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA) ต่อความมั่นใจในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($f^2 = 0.423$) นอกจากนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) 2 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ผลกระทบของคุณค่าทางสังคม (SV) ต่อความมั่นใจในการพยากรณ์สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ($f^2 = 0.109$) และผลกระทบของสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ต่อความมั่นใจในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($f^2 = 0.096$) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ ผลกระทบของคุณค่าทางสังคม (SV) ต่อความมั่นใจในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($f^2 = 0.003$) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่า Effect Size

ตัวแปรทำนาย (Predictor)	DIEI	EC	PA	SV
สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC)	0.096			
แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA)	0.423	1.300		
คุณค่าทางสังคม (SV)	0.003	0.109	0.354	

หมายเหตุ: ค่า $f^2 \geq 0.02$ มีผลกระทบระดับต่ำ; $f^2 \geq 0.15$ มีผลกระทบระดับปานกลาง; $f^2 \geq 0.35$ มีผลกระทบระดับสูง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลพบว่า คุณค่าทางสังคม (SV) มีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA) และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ($\beta=0.511$, $t=7.392$, $p=0.000$) ($\beta=0.208$, $t=3.960$, $p=0.000$) ตามลำดับ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ($\beta=0.466$, $t=6.882$, $p=0.000$) ($\beta=0.366$, $t=7.094$, $p=0.000$) ตามลำดับ นอกจากนี้สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($\beta=0.292$, $t=4.115$, $p=0.000$) และยังพบว่าแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (PA) มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (EC) และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($\beta=0.716$, $t=17.303$, $p=0.000$) ($\beta=0.584$, $t=8.431$, $p=0.000$) ตามลำดับ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรม (DIEI) ($\beta=0.209$, $t=4.002$, $p=0.000$)

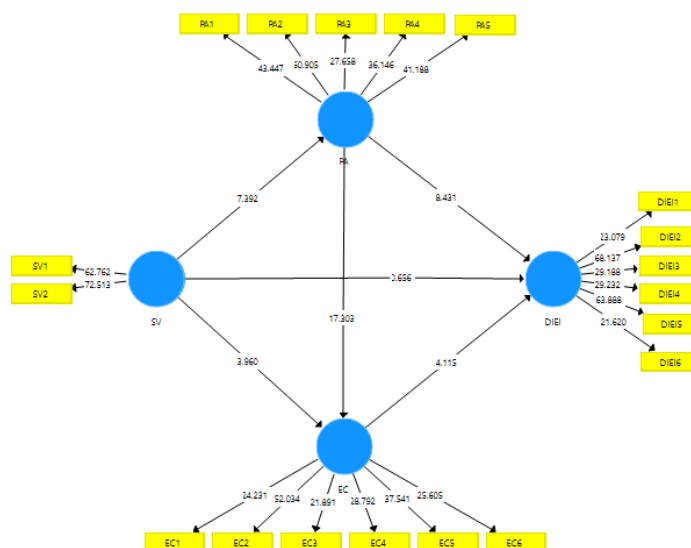
ในขณะที่คุณค่าทางสังคม (SV) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี (DIEI) ($\beta=0.035$, $t=0.656$, $p=0.512$) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของตัวแปรสาเหตุ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่าความผันแปร (R^2)	ค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj})	การทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Q^2)	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรสาเหตุ (Antecedents Variables)		
					EC	PA	SV
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ฯ (DIEI)	0.741	0.737	0.505	ทางตรง	0.292*	0.584*	0.035
				ทางอ้อม	-	0.209*	0.466*
				รวม	0.292	0.793	0.501
สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการ มืออาชีพ (EC)	0.708	0.705	0.456	ทางตรง	-	0.716*	0.208*
				ทางอ้อม	-	-	0.366*
				รวม	-	0.716	0.574
แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ มืออาชีพ (PA)	0.261	0.258	0.185	ทางตรง	-	-	0.511*
				ทางอ้อม	-	-	-
				รวม	-	-	0.511

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001; **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์ค่าสถิติ t ซึ่งต้องมีนัยสำคัญคือ $|t| \geq 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามภาพที่ 3 เป็นไปตามการอภิปรายผลตามการทดสอบสมมติฐาน โดยคุณค่าทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ในขณะที่คุณค่าทางสังคมและแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ นอกจากนี้ แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพยังส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งผลแสดงค่าสถิติ t ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่วิเคราะห์ได้จากโปรแกรม SmartPLS แสดงค่า t-value

อภิปรายผล

ผลที่ได้รับจากการวิจัยพบว่า คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการได้รับการยอมรับทางสังคม โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยนั้น การได้รับแรงสนับสนุนทางด้านคุณค่าทางสังคมต่อการเป็นผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะในปัจจุบันสังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดกว้าง มีความหลากหลายทางเพศ และทุกคนมีสิทธิที่เท่าเทียมกัน ดังนั้น จึงเป็นผลให้นักศึกษาหญิงเกิดแรงจูงใจในการเริ่มต้นการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ เพื่อให้สามารถแสดงศักยภาพของตนเองออกมาได้และได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องการงานวิจัยของ McClelland (1962) พบว่าแรงจูงใจส่วนบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับลักษณะของสภาพแวดล้อมในสังคม โดย Gupta & Bhawe (2007) ยังพบว่าการได้รับการยอมรับ เป็นที่รู้จักของคนในสังคมส่งผลต่ออุปนิสัยของเพศชายและหญิงในวัยรุ่นที่กำลังศึกษาเล่าเรียน โดยลักษณะของโครงสร้างทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นชาย (Masculinity) มากกว่าความเป็นหญิง (Femininity) จะส่งผลให้ระดับของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของเพศหญิงลดน้อยลงตามไปด้วย และ Shinnar et al. (2012) ได้ชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างทางเพศสภาพเป็นอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพศหญิงมีน้อยกว่าเพศชาย โดยสาเหตุสำคัญเป็นผลมาจากการรับรู้ในความสามารถของตนเอง และการรับรู้คุณค่าทางสังคม และการมีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Yordanova & Tarrazon, 2010) ดังนั้น การที่สังคมไทยให้การยอมรับถึงความหลากหลาย และความเท่าเทียมกันทางเพศ จึงเป็นผลทำให้นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีมีระดับของแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้ คุณค่าทางสังคมยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีนั้น มีทัศนคติเชิงบวกต่อค่านิยมทางสังคม และปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากคนในสังคม อันเนื่องมาจากการมีความสามารถในการเริ่มต้นทำธุรกิจบนโลกดิจิทัลจนประสบความสำเร็จเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ กอปรกับในบริบทของประเทศไทยนั้น วัฒนธรรมมีลักษณะที่ค่อนข้างจะเปิดกว้างให้ผู้หญิงและผู้ชายมีสถานะที่เท่าเทียมกัน รวมถึงมีแรงสนับสนุนทางคุณค่าทางสังคมต่อการเป็นผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ เช่น มีช่องทางการเข้าถึงข้อมูลในการธุรกิจ พื้นฐานธุรกิจของครอบครัว การให้สตรีมีสิทธิในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและมีอิสระในการตัดสินใจ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นผลทำให้เกิดการตระหนักถึงโอกาสในการแสดงศักยภาพของตนเองออกมาได้ กลายเป็นแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ซึ่งมีผลต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bandura (1986) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่าบทบาทหน้าที่เชิงพฤติกรรมนั้นเป็นผลจากการได้รับอิทธิพลจากบุคคลและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังรวมถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น ประเพณีวัฒนธรรม ระบบการศึกษา สถานะ เพศ อาชีพของผู้ปกครอง (Bhandari, 2012) บทบาททั้งภายในและนอกครอบครัว (Carr & Sequeira, 2007; Bosma et al., 2012; Radu & Loué, 2008) ความสัมพันธ์ทางครอบครัว (Arregle et al., 2015) และธรรมเนียมปฏิบัติของครอบครัว (Altinay et al., 2012) พื้นฐานทางธุรกิจของครอบครัว (Hadjimanolis & Poutziouris, 2011) เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงถึงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล การเรียนรู้ถึงภาวะการผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ และส่งผลไปยังการก่อให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะในการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเพื่อเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจบนโลกดิจิทัล

โดยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีนั้น มีทัศนคติและแรงจูงใจเชิงบวกต่อการเริ่มต้นทำธุรกิจบนโลกดิจิทัลเป็นของตนเอง โดยเฉพาะการผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ จนสามารถบรรลุผลสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ซึ่งเกิดจากทัศนคติส่วนบุคคลหรือความรู้สึนึกคิดที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือจากสภาวะการณ์ในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงผลพฤติกรรม และส่งผลต่อผลการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงความสนใจในการสร้างธุรกิจบนโลกดิจิทัลเป็นของตนเอง การเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน ทำให้มีสมรรถนะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพมากขึ้น ผ่านปัจจัยในการสนับสนุนต่าง ๆ ที่คอยเกื้อกูล ได้แก่ การเข้าถึงกิจกรรม หน้าที่ และการกระทำต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงโอกาส การเข้าสังคม การเข้าถึงข้อมูลการเริ่มต้นทำธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ (Bygrave, 1989) นอกจากนี้ ความแตกต่างของเพศสภาพยังมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการประกอบการมืออาชีพอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kickul et al. (2008) พบว่า ความแตกต่างของเพศสภาพเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ในเพศชายและหญิง โดยเพศชายจะรับรู้ถึงขีดความสามารถของตนเองจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้เพิ่มเติมนอกห้องเรียน ในทางกลับกันเพศหญิงมักจะรับรู้ถึงความสามารถของตนเองจากประสบการณ์พื้นฐานในการเป็นผู้ประกอบการจากทางครอบครัวเป็นหลัก โดย Wilson et al. (2007) ได้ชี้ให้เห็นว่า การจัดระบบการศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ

ส่งผลต่อความรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง เกิดการสร้างแรงจูงใจ และเกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในประกอบอาชีพนั้น ๆ ในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ Evans (1989) ยังพบว่า บุคคลที่เชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถในการอดทน วิริยะ อุตสาหะ ไม่ท้อถอยต่ออุปสรรคโดยง่าย และมีแรงจูงใจในการทำงาน มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ดังนั้น แรงจูงใจจึงถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม บุคลิกภาพ ลักษณะ ภาวะการเป็นผู้นำ บทบาท หน้าที่ รวมถึงสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบนโลกดิจิทัล โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิง

นอกจากนี้ แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีแรงจูงใจในเชิงบวกต่อการเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นของตนเอง จนประสบความสำเร็จเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ ซึ่งเป็นผลมาจากในปัจจุบันเพศหญิงมีทัศนคติในการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อันเนื่องมาจากค่านิยมทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทำให้เกิดแรงส่งเสริม ผลักดันความสามารถในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ การพัฒนาอาชีพ ความเป็นอิสระทางการเงิน ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันของชายหญิงเพิ่มมากขึ้น มีมุมมองสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าทำ และอิสระในการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งทำให้ตระหนักรู้ และมองเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจบนโลกดิจิทัล หรือการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในชีวิตประจำวัน โดยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพเป็นผลที่ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของตนเอง ทัศนคติส่วนบุคคล และการยอมรับทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน สอดคล้องกับการงานวิจัยของ Liñán & Chen (2009) พบว่า แรงจูงใจในการประกอบอาชีพที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงคุณค่าทางสังคม และการรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดย McClelland (1962) และ Greenfield et al. (1979) ได้ชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับลักษณะของสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกถึงระดับของการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิดสร้างสรรค์ การกล้าคิด กล้าแสดงออก การเข้าถึงแหล่งข้อมูล และความพึงพอใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผลทำให้ระดับความตั้งใจของบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย และยังพบว่าสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี สะท้อนให้เห็นว่าในปัจจุบันนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านการศึกษาของประเทศไทยที่สนับสนุนและเปิดกว้างแก่เพศหญิงมากขึ้น เช่น บรรทัดฐานทางสังคม ความเสมอภาคทางสังคม บทบาทของเพศหญิงในตำแหน่งที่สำคัญต่าง ๆ รวมถึงการมองเห็นช่องทางและเข้าถึงข้อมูลด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะหรือขีดความสามารถในการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีที่ดีเลิศ ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bygrave,

(1989) พบว่า การรับรู้และเข้าใจถึงความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการจากสภาพแวดล้อมและสังคม ทั้งในด้าน กิจกรรม หน้าที่ และการกระทำต่าง ๆ อันมีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการรับรู้ถึงโอกาส การเข้าสังคม การเข้าถึง แหล่งข้อมูลสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำเชิง พฤติกรรม และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ Brockhaus (1980) ยัง ได้ชี้ให้เห็นว่าการตระหนักรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการ และความมุ่งมั่นพยายามของแต่ละ บุคคลในการพัฒนาความสามารถเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมั่นใน ความสามารถในตนเอง การกล้าเสี่ยง และยอมรับความล้มเหลว (Busenitz & Barney, 1997) จะนำไปสู่การ เพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นของตนเอง

ในขณะที่ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Usman & Yennita (2019) พบว่า การรับรู้คุณค่าทางสังคมจากกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบเชิงบวก ต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย สะท้อนให้เห็นว่าการที่นักศึกษาหญิงที่ กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จะเกิดความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันนั้น ไม่ได้เป็นผลมาจากความต้องการที่จะได้รับการยอมรับทางสังคมในฐานะผู้ ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ประสบความสำเร็จหรือความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ อันเนื่องมาจากการคล้อยตาม กลุ่มบุคคลรอบตัวที่มีการให้คำแนะนำ อาทิ เพื่อนสนิท บุคคลต้นแบบ หรือผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและประสบ ความสำเร็จในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน ทั้งนี้ จากผลการ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า นักศึกษาหญิงส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปี ที่ 1 ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่เรียกว่า “เจเนอเรชันซี (Generation Z)” โดยเป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มี การพัฒนาแล้วอย่างจริงจัง ถือเป็นคนยุคดิจิทัล (Digital Generation) อย่างแท้จริง (ชาลุชัย ดีอ่วม, 2555) และ มีความเต็มใจที่จะลงทุนเพื่ออนาคตของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ยอมรับเงินเดือนที่ต่ำกว่าคุณสมบัติทางการศึกษาสำหรับ งานแรกเพื่อให้ได้เข้าไปฝึกฝนและได้ประสบการณ์ที่ดีกว่า รวมทั้งมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในความสามารถของ ตนเองในการเป็นผู้นำ การติดตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และรู้จักการเรียนรู้ ฝึกฝนตนเองอยู่อย่าง สม่าเสมอ เพื่อการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง (Adecco Group Thailand, 2557) ดังนั้น จึงทำให้การรับรู้ถึงคุณค่าทางสังคมไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี

ดังนั้น เพื่อเพิ่มระดับของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้าง ความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรีให้เพิ่มสูงขึ้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของมหาวิทยาลัย และหน่วยงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เป็นต้น ซึ่งมีหน้าที่และความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างผู้ประกอบการธุรกิจยุคใหม่บนโลกดิจิทัล จะต้อง ให้ความสำคัญในการจัดการเรียน การสอน และการฝึกอบรมเพื่อเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบนโลกดิจิทัล ที่ สอดคล้องกับการรับรู้ถึงคุณค่าทางสังคม แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และสมรรถนะในการเป็น

ผู้ประกอบการมืออาชีพ เพื่อผลักดันให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว และพร้อมเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ อีกทั้งยังเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในรูปแบบดิจิทัล ด้วยการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจยุคใหม่ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันให้กลายเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ของประเทศที่มีความหลากหลายทางสังคมในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี โดยสามารถนำทฤษฎีการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ผสมกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาเป็นกรอบทางการศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ นอกเหนือจาก แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี แล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหรือไม่ จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติของงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี มีค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.741 ซึ่งค่านี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 74.10 กล่าวอีกนัยหนึ่ง นั่นคือยังมีอีกถึงร้อยละ 25.90 ที่อาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรีได้

2. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ หน่วยงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการดำเนินแผนงานได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อระดับของแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ดังนั้น สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ผลที่ได้รับตามมาในเชิงสังคมหากประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และส่งเสริมกิจกรรมทางด้านสังคม บรรทัดฐานสังคมไทย สิทธิ และเสรีภาพของสตรีไทย และให้โอกาสผู้ที่มีความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันในเพศหญิงได้เรียนรู้และจำลองแบบสถานการณ์การธุรกิจอย่าง

สร้างสรรค์ ซึ่งจะทำให้ นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเกิดแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอาชีพในการมุ่งเน้นเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน และสามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ต่อไป

2.2 จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ รองลงมา คือ คุณค่าทางสังคม ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรม ความรู้ด้านธุรกิจที่สามารถทำความเข้าใจได้อย่างง่าย การให้ความรู้ด้วยระบบฝึกสอน (Coaching) รวมถึงการให้คำปรึกษาข้อมูลเชิงลึกในเชิงการแข่งขันและความคิดสร้างสรรค์สำหรับการทำธุรกิจออนไลน์บนโลกดิจิทัล เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี กอปรกับแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทางสังคมที่จะได้รับการยอมรับ เป็นที่จกอย่างกว้างขวางหากประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ และกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ เพื่อนำไปสู่การสร้างสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่สร้างสรรค์ และยังเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงบนโลกดิจิทัล ซึ่งจะทำให้ นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเกิดแรงจูงใจในการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้งานนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน เพื่อการไปสู่การมุ่งเน้นเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีอาชีพที่สามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันได้อย่างสร้างสรรค์ และกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคตต่อไป

2.3 จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรม การทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นผู้ประกอบการ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลและเงินทุนที่จำเป็น และการฝึกกระบวนการคิด และการจำลองแบบสถานการณ์ธุรกิจ รวมถึงกิจกรรมที่มีส่วนต่อการรับรู้ถึงขีดความสามารถตนเอง เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเกิดแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพ มุ่งเน้นและตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน พร้อมกับการพัฒนาความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผันเป็นเครื่องมือได้อย่างสร้างสรรค์ และกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยได้ต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี โดยเลือกใช้ 4 ปัจจัย จาก 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาใช้อธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการใช้ปัจจัยจากแนวคิดหรือทฤษฎีอื่นๆ เพื่ออธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรีมากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มนักศึกษาหญิงเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ไม่ได้ศึกษาวิเคราะห์ถึงระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั่วไปที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดัน ไม่ได้เก็บข้อมูลครอบคลุมทุกเพศ ซึ่งอาจจะต้องมีความซับซ้อนและใช้เวลาในการวิจัยมากยิ่งขึ้น และงานวิจัยดำเนินการวิจัยในประเทศไทย ดังนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการอ้างอิง ต้องระมัดระวังถึงข้อจำกัดทางด้านประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปด้วย

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลาย ๆ แนวทาง ดังนี้

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากขึ้น โดยขยายไปยังพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กว้างขึ้นในประเทศไทย เพื่อความชัดเจนของข้อมูลในเชิงความหมายและปัจจัยเชิงสาเหตุมากขึ้น และใช้เป็นแนวทางการสนับสนุนความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน
2. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดันของนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี เช่น ปัจจัยทางด้านสมรรถนะในการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างความพลักดัน บุคลิกภาพ ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การสนับสนุนทางด้านการศึกษาและสังคม เป็นต้น
3. ศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมุ่งเน้นเป็นผู้ประกอบการของเพศหญิง เช่น คุณลักษณะ บุคลิกภาพ บทบาท หน้าที่ และสถานะของเพศหญิงในปัจจุบัน เป็นต้น

References

- Adecco.co.th. (2014). phon samruāt Generation Z nai lōk khōng kāmthamngān. [The Generation Z survey results in the world of work]. Retrieved June 26, 2019 from <https://adecco.co.th/th/news/detail/adecco-thailand-generation-x-y-z-survey>
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2). 489-499.
- Antecedents and effects on supplier performance. *International Journal of Production Research*, 52(1). 32-49.
- Anulomsombat, M. (2018). " phūying " phū khaphkhūan sētthakit lōk ["Women" who drive the world economy]. Retrieved February 16, 2019 from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643665>
- Arregle, J.L., Batjargal, B., Hitt, M.A., Webb, J.W., Miller, T., & Tsui, A.S. (2015). Family ties in entrepreneurs' social networks and new venture growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(2). 313-344.
- Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action. *The Health Psychology Reader*. 94-106.
- Bhandari, N.C. (2012). Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15(1). 133-144.
- Blome, C., Hollos, D., & Paulraj. A. (2014). Green procurement and green supplier development: BLTBangkok. (2017). poēt thāng ! phūprakōpkān ying mā rāeng [Open the way! Hot female entrepreneurs]. Retrieved February 16, 2019 from [http://www.bltbangkok.com/WorkWell/ Opening the way for female entrepreneurs to be hot](http://www.bltbangkok.com/WorkWell/Opening%20the%20way%20for%20female%20entrepreneurs%20to%20be%20hot)
- Boomsma, A., & Hoogland, J. J. (2001). The robustness of LISREL modeling revisited. In R. Cudeck, S. du Toit, & D. Sörbom (Eds.), *Structural equation modeling: Present and future: A Festschrift in honor of Karl Jöreskog* (pp.139–168). Chicago: Scientific Software International.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2). 410-424.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3). 509-520.

- Busenitz, L.W., & Barney, J.B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1). 9-30.
- Bygrave, W.D. (1989). The entrepreneurship paradigm (I): a philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1). 7-26.
- Carr, J.C., & Sequeira, J.M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10). 1090-1098.
- Deeaum, C. (2012). *kānsūsān radap prasāt wittaya phūa sāng nawatkamkān rīanrū samrap chēnōēēchan sēt*. [Neurological communication to create learning innovation for the Generation Z]. Ph.D. Thesis (Unpublished). Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathumthani.
- Elaine Pofeldt. (2014). The Optimism Gap Between Male And Female Entrepreneurs. Retrieved February 19, 2019 from <http://forbesthailand.com/news-detail.php?did=224>
- Evans. (1989). *Bias Human Reasoning: Cause and Consequence*. Hove: Lawrence Erlbaum Associated, Inc.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equations with unobservable variables and measurement error. *J. Mark. Res.*, 18(1). 39–50.
- Georgette Tan. (2018). Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE) 2018. Retrieved February 16, 2019 from https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf
- Greenfield, S.M., Strickon, A., & Aubey, R.T. (1979). *Entrepreneurs in Cultural Context*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press.
- Gupta, V.K., & Bhawe, N.M. (2007). The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4). 73-85.
- Hadjimanolis, A., & Poutziouris, P. (2011). Family business background, perceptions of barriers, and entrepreneurial intentions in Cyprus. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2). 168-182.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F. (Jr.), Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California, CA: Sage Publications.

- Hair, J. F. (Jr.), Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2). 139-151.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- International Labour Organization. (2017). Women in business and management: Gaining momentum in Eastern Europe and Central Asia. Retrieved February 16, 2019 from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_624225.pdf
- Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., & Barbosa, S.D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2). 321-335.
- Lin, T.C., Ku, Y.C., & Huang, Y.S. (2014). Exploring top managers' innovate IT (IT) championing behavior: Integrating the personal and technical contexts. *Information and Management*, 51(1). 1-12.
- Liñán, F., & Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3). 593-617.
- Malisuwan, S. (2016). thrītsadī kāñ phlik phan (The theory of disruption) ["The theory of disruption"]. Retrieved February 14, 2019 from <https://www.it24hrs.com/2016/theory-of-disruption/>
- McClelland, D. C. (1962). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. *Journal of Operations Management*, 30(2012). 467-480.
- Radu, M., & Loué, C. (2008). Motivational impact of role models as moderated by 'ideal' vs. 'ought self-guides' identifications. *Journal of Enterprising Culture*, 16(4). 441.
- Ringle, C. M., Götz, O., Wetzels, M., & Wilson, B. (2009). On the use of formative measurements specifications in structural equation modeling: A Monte Carlo simulation study to compare covariance-based and partial least squares model estimation methodologies. *METEOR Research Memoranda (RM/09/014)*.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.M. (2015). *SmartPLS 3*. Bönningstedt: SmartPLS. Retrieved February 16, 2019 from <http://www.smartpls.com>

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Strategy*, 5(1). 105-115.
- Shinnar, R.S., Giacomin, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3). 465-493.
- Smartsme.co.th . (2017). TECHNOLOGY DISRUPTION kao nǎo thāng patirūp khwām khit phūā lōk thurakit nai ‘anākhōt [TECHNOLOGY DISRUPTION 9 Ways to reform ideas for the business world in the future]. Retrieved February 14, 2019 from <https://www.smartsme.co.th/content/80864>
- Smethailandclub.com. (2014). samruāt phūprakōpkān ‘Āsīan ying Thai phangāt boē sōng lōk [Explore ASEAN entrepreneurs: Thai women prominently number 2 of the world]. Retrieved February 30, 2019 from <http://www.smethailandclub.com/news-2864-id.html>
- Usman, B. & Yennita. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(10). 1-21.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship: A comparative and historical study*. Norwood, N.J: Ablex Pub. Corp.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship Education1. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3). 387-406.
- Yordanova, D.I., & Tarrazon, M.A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(3). 245-261.

