Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ

The Effects of Educational Support, Relational Support, and Self-Confidence on Business Student's Career Intention to Start a New Digital Technology Business

Received:	*March*	*31, 2019*
Revised:	*July*	*12, 2019*
Accepted:	*July*	*15, 2019*

ธาดาธิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)*
ศดานันท์ นาแข็ง (Sadanan Nakeng)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษาที่ส่งผลต่อการสร้างสัมพันธภาพ 2) ผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง และ 3) ผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณทำการวิจัยเชิงประจักษ์ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นทำการวิเคราะห์โมเดลการวัดและวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างก่อนการทำการตรวจสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน(Partial Least Square: PLS) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS

ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ โดยการสนับสนุนทางการศึกษายังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ การสร้างสัมพันธภาพ ตามลำดับ นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบเชิงบวกความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ รองลงมาคือ การสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพ ตามลำดับ โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายผลของความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจได้ร้อยละ (R^2 = 0.735, R^2adj = 0.731) จากผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อ

* อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล์: 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

สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเพิ่มระดับความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ โดยผ่านความเชื่อมั่นในตนเองที่เกิดจากการสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพ

คำสำคัญ : การสร้างสัมพันธภาพ การสนับสนุนทางการศึกษา ความเชื่อมั่นในตนเอง ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่ เทคโนโลยีดิจิทัล

Abstract

This research aims to study 1) the effect of educational support on relational support; 2) the effect of educational support and relational support on self-confidence; and the effect of educational support, relational support and self-confidence on business student's career intention to start a new digital technology business. The quantitative survey research method is used for this study and the research tool is a questionnaire to collect data from 200 business students as the sample size 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 educational support had the factor that positively effects on relational support. Which the educational support had the most influential factor that positively effects on self-confidence, followed by relational support, respectively. Moreover, the self-confidence had the most influential factor that positively effects on business student's career intention to start a new digital technology business, followed by educational support and relational support, respectively. The structural equation model can explain business student's career intention to start a new digital technology business at 73.50 percent (R^2 = 0.735, R^2adj = 0.731). The results of this research are beneficial to educational institution, business incubator and stakeholder to increase the business student's career intention to start a new digital technology business through the self-confidence by educational support and relational support.

Keywords: Relational Support, Educational Support, Self-Confidence, Intention to Start a New Business, Digital Technology

บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคที่กำลังก้าวเข้าสู่ “โลกยุคใหม่” ที่เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด ทั้งในด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในทิศทางที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้หลายเรื่องจะเชื่อมต่อกัน และมีผลกระทบกลับไปมาจนเกือบจะเรียกได้ว่าไร้เส้นแบ่งที่ชัดเจน โดยการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นจะตั้งอยู่บนพลังของเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิมหลายเท่าตัว เป็นผลทำให้สภาพแวดล้อมที่มนุษย์ต้องเผชิญในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีแนวโน้มผันผวนที่สูงขึ้น (Volatile) ไม่แน่นอน (Uncertain) ซับซ้อน (Complex) และเป็นไปในทิศทางที่คลุมเครือคาดเดาได้ยาก (Ambiguous) ต่างจากโลกใบเดิมที่มีความคุ้นเคย ทั้งนี้ในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อวิธีการดำเนินธุรกิจในแทบจะทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของลูกค้า ตลาดแรงงาน วิธีการทำการตลาด หรือการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคนี้ นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นแล้ว ยังได้เชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ส่งผลให้เส้นแบ่งระหว่างสินค้าหรือการบริการต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับระบบนิเวศ (Ecosystem) หรือที่คนในวงกว้างจะสามารถได้รับประโยชน์ได้ ส่วนคนที่ไม่ยอมเปลี่ยนแปลงจะอยู่ได้ยากยิ่งขึ้น (วิรไท สันติประภพ, 2560)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ประการแรก ในด้านการผลิตนั้น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าหลายชนิดที่หน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ทำการผลิต ส่งผลให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทในการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าอุปโภคและบริโภค (Consumer Goods) และยังมีบทบาทสำคัญในการผลิตสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Goods) ในห่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทยนั้น ถึงแม้ว่าจะมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนน้อยเท่านั้น ที่ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกโดยตรง แต่ยังมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าขั้นกลางเพื่อขายให้บริษัทหรือกิจการขนาดใหญ่นำไปใช้ผลิตเพื่อส่งออกต่อไป ประการต่อมา ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้ยังรวมถึงการที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคเกษตรกรรม ซึ่งการที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศนั้น ทำให้การประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อการมีงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของประเทศ ประการที่สาม สำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่การเข้าถึงเครื่องมือในการออมมีความจำกัด ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีบทบาทสำคัญในการจัดสรรและโยกย้ายเงินออมจากชนบท โดยนำไปใช้ในภาคการผลิต และประการสุดท้าย ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีบทบาทในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เนื่องจากธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ส่วนใหญ่มักมีขนาดเล็กในช่วงแรก ก่อนที่จะขยายธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้นในระยะถัดไป (กฤษฎ์เลิศ สัมพันธรักษ์และคณะ, 2561)

การพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจความสำเร็จที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและพึ่งพาตนเองได้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในด้านการเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการและคุณภาพชีวิตของประชาชน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) และยังสอดคล้องกับสาระสำคัญในประเด็นการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของนโยบายประเทศไทย 4.0 (สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559) เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่ทำธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Kelley et al., 2016; World Economic Forum, 2016) ของประเทศไทยในอนาคต ทดแทนผู้ประกอบการรายเดิมบางส่วนที่กำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าโลกในยุคโลกาภิวัตน์ของต้นศตวรรษที่ 21 เพราะไม่สามารถปรับรูปแบบการประกอบการของตนให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในสังคมโลกที่มีความเป็นสากลและสามารถเชื่อมโยงถึงกันแห่งยุคดิจิทัล ทำให้อาชีพผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneur) หรือเจ้าของธุรกิจออนไลน์ ซึ่งหมายถึง นักธุรกิจที่ทำธุรกิจและได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการ การวางแผนการทำงาน ตลอดจนการสร้าความสามารถในการทำงาน ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานแบบเดิม (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2558) มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเริ่มต้นการบ่มเพาะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีการดำเนินงานทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขับเคลื่อนให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับประเทศที่เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ที่ต่างตื่นตัวในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปรับปรุงนโยบายด้านการศึกษาในทุกระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับปริญญาเอก โดยมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนที่ก่อให้เกิดการรับรู้ถึงศักยภาพ ขีดความสามารถและการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้แก่ผู้เรียน ซึ่งจะทำให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาทางด้านการบริหารธุรกิจมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรายใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจในระดับที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าเดิม (UNESCO/UNDP, 2013; กัญชพร ศรมณี, 2559) อันจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยในอนาคตได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งการให้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่เพียงพอ เพื่อให้เกิดเป็นสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การลดภาษีธุรกิจ การเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินกู้และแหล่งเงินทุน ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการสร้างธุรกิจหรือริเริ่มธุรกิจใหม่สำหรับผู้ประกอบการ (Levie & Autio, 2008) การกำหนดบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การให้ความสำคัญกับการเป็นผู้ประกอบการและสนับสนุนให้เป็นต้นแบบแก่คนรุ่นใหม่ การอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการเครือข่ายต่าง ๆ รวมถึงการลดกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดลงด้วย (Gelard & Saleh (2011) ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาทางด้านบริหารธุรกิจเกิดระดับความตั้งที่จะเป็นผู้ประกอบการรายใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นประชากรรุ่นใหม่ที่สามารถปลูกฝังสิ่งดี ๆ ให้ได้ เพราะอยู่ในช่วงวัยที่กำลังเสาะแสวงหาและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาแล้วอย่างจริงจัง ถือเป็นคนในยุคดิจิทัล (Digital Generation) อย่างแท้จริง (ชาญชัย ดีอ่วม, 2555) และที่สำคัญไปกว่านั้น คือ ประชากรในกลุ่มนี้ในอนาคตราว 10 ถึง 15 ข้างหน้า จะถือเป็นกำลังขับเคลื่อนธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศชาติต่อไป โดยผลวิจัยเป็นการแสดงข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเป็นเครื่องมือเพื่อให้ได้ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีขีดความสามารถในการทำธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจจนประสบความสำเร็จ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่โดยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและสามารถขับเคลื่อนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยเฉพาะการขยายตัวของอัตราการเติบโตของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมหาศาล ทั้งในแง่ของการสร้างงาน การสร้างรายได้ เป็นทั้งผู้ผลิต และผู้ให้บริการ ก่อให้เกิดรายได้กับชุมชนและประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) อันจะส่งผลให้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษาที่ส่งผลต่อการสร้างสัมพันธภาพ
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปทีละตัวแปรและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสนับสนุนทางการศึกษา (Educational Support) หมายถึง การที่สถาบันทางการศึกษามีสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษามีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และองค์ความรู้เพิ่มเติมที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้เพราะว่ามีหลักฐานแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของธุรกิจที่เกิดใหม่มีแนวโน้มที่จะล้มเหลวในปีแรก อันเนื่องมาจากการขาดการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น

เรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (Robb & Fairlie, 2006) โดย Turker & Selcuk (2009) พบว่า นอกเหนือจากการได้รับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานธุรกิจและเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระหว่างกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย การสนับสนุนทางการศึกษายังช่วยให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจท่ามกลางสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้สำหรับเสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

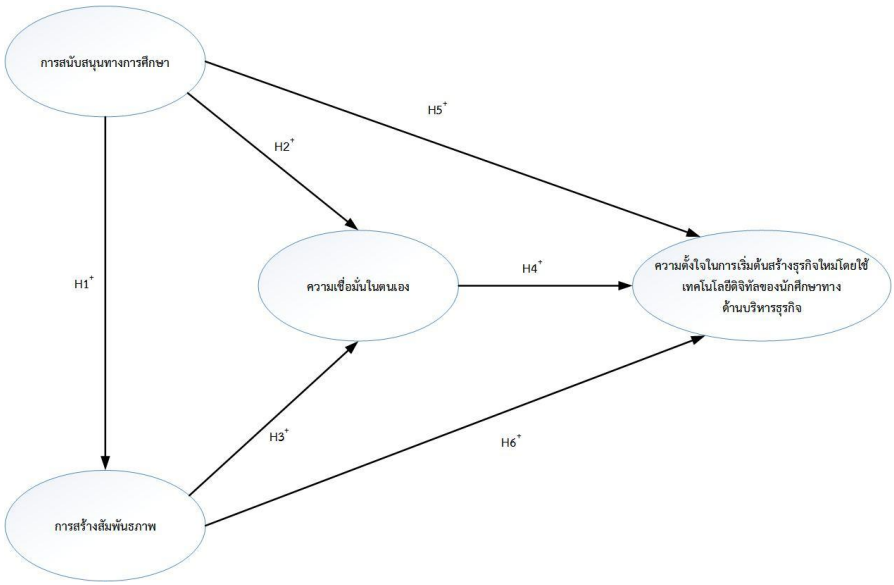
การสร้างสัมพันธภาพ (Relational Support) หมายถึง การมีแหล่งสนับสนุนที่ดี ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น มักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่ที่มีผลต่อธุรกิจของตนเอง โดย Turker & Selcuk (2009) พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนสนิทจะเกิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการสร้างสัมพันธภาพอาจจะอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนทางอารมณ์ หรือการสนับสนุนด้านเงินทุนจากเพื่อนและครอบครัว (Honig & Davidsson, 2000) เป็นต้น ทั้งนี้ Ismail et al. (2009) ได้ชี้ให้เห็นว่า การที่นักศึกษารับรู้ว่าผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัวมีความเต็มใจที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจและเงินทุนที่จำเป็นสำหรับเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ จะส่งผลให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ที่คาดว่าจะประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอนในอนาคต

ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confidence) หมายถึง การกล้าตัดสินใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความมั่นใจ กล้าแสดงออก สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง พึ่งพาตนเอง และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ เพื่อให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้กับนักศึกษาสามารถเริ่มต้นจากครอบครัวซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดี และสถาบันการศึกษาที่ต้องมีการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ทดลองทำสิ่งต่าง ๆ อย่างอิสระ ตามความต้องการ และความสนใจของตนเอง ภายใต้การสนับสนุน การให้ช่วยเหลืออย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสินทรัพย์ที่มีความสำคัญที่บุคคลหนึ่งพึงจะไว้เพื่อช่วยให้ประสบความสำเร็จในการ (Twibell et al., 2008)

ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (Career Intention to Start a New Digital Technology Business of Business Students) หมายถึง ความตระหนักและความมั่นใจของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านหลักสูตรการบริหารธุรกิจว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างธุรกิจและมีแผนที่จะทำธุรกิจนั้นโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในอนาคต (Thompson, 1999) โดยความตั้งใจถือว่าเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจ เนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำในอนาคต (Ajzen, 1991)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H1	การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ
H2	การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
H3	การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
H4	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย (ต่อ)

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H5	การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ
H6	การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งภายหลังจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างและทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาทางด้านการบริหารธุรกิจ จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ Hair et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีชี้วัด ในการศึกษาวิจัยมีแบบสอบถาม 20 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 200 ตัวอย่าง ซึ่งงานวิจัยในอดีตได้แนะนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM คือ กลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนระหว่าง 100 - 200 ตัวอย่าง (Ringle et al., 2009; Hair et al. 2011; Sarstedt et al., 2014) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ไม่ต่ำกว่า 180 ตามจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 20 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถามหลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้วทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ทุกข้อนั้นมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.86 และทำการเก็บข้อมูลเพื่อ

ทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่าค่าความเชื่อมั่นตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดยอมรับได้ (Hair et al., 2010) ในที่นี้ตัวแปร ES2 (คณะวิชาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ มีการส่งเสริมและจัดการเรียนการสอนโดยให้ความรู้แก่ท่านอย่างเพียงพอต่อการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการธุรกิจใหม่) มีค่าไม่ถึงเกณฑ์จึงตัดออกไป และคำนวณค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ระหว่าง 0.824 - 0.935 รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาและปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษาก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์2562

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Comparative Design) ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (A Partial Least Square Structural Equation Modeling) ด้วยโปรแกรม SmartPLS 3.0 (Ringle et al., 2015) ซึ่งมีความยืดหยุ่นทางด้านการยอมรับเชิงโครงสร้างมากกว่า รวมถึงเหมาะกับการวิจัยที่มีการพัฒนากรอบการวิจัยใหม่ 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 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 (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 พิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ควรมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Fornell & Larcker, 1981)

2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

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

2.2 การวัดจากค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งควรมีค่ามากกว่าศูนย์โดยถ้าค่า Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.02 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในขณะที่ Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และหากค่าQ^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^2มากกว่าหรือเท่ากับ 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

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 29.70 กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 42.30 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 8,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.70 ในภาพรวมกลุ่มคนในครอบครัวมีพื้นฐานในการทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.30 และส่วนมากนิยมใช้ช่องทางหรือสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ Facebook คิดเป็นร้อยละ 61.80 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ค่าน้ำหนักทุกตัวแปร โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักที่ควรจะมีค่าสูงกว่า 0.70 จากตารางที่ 2 พบค่าน้ำหนักระหว่าง 0.743 - 0.918 และความสามารถอธิบายของแต่ละตัวแปรพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 หรือหมายถึงตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้มากกว่าร้อยละ 50 พบว่าตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ดังกล่าว โดยสามารถอธิบายได้สูงสุดร้อยละ 93.20 และอธิบายได้ต่ำสุดร้อยละ 79.20 เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.70 มีค่าระหว่าง 0.905 - 0.943 ขณะเดียวกันการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบที่ต้องผ่านเกณฑ์ 0.50

พบว่ามีค่าระหว่าง 0.648 - 0.827แสดงให้เห็นว่าตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันภายในและสามารถอธิบายรูปแบบการวัดในองค์ประกอบของตนได้ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	t Statistics	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน
ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลฯ (DEI)	DEI1	0.831	37.793*	0.906	0.928	0.683
	DEI2	0.871	48.993*			
	DEI3	0.846	36.154*			
	DEI4	0.824	29.338*			
	DEI5	0.827	31.858*			
	DEI6	0.754	20.849*			
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	ESP1	0.881	49.702*	0.873	0.922	0.798
	ESP2	0.908	73.744*			
	ESP3	0.890	54.791*			
การสร้างสัมพันธภาพ (RLP)	RLP1	0.901	48.276*	0.792	0.905	0.827
	RLP2	0.918	78.952*			
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF)	SCF1	0.792	29.148*	0.932	0.943	0.648
	SCF2	0.743	24.080*			
	SCF3	0.834	39.546*			
	SCF4	0.817	31.954*			
	SCF5	0.854	40.290*			
	SCF6	0.800	29.898*			
	SCF7	0.804	29.563*			
	SCF8	0.829	41.942*			
	SCF9	0.768	24.564*			

*หมายเหตุ * t-value ≥ 2.58 (significance level = 1%)*

ตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้

องค์ประกอบ	Correlation Matrix			
	DEI	ESP	RLP	SCF
ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (DEI)	***0.826***			
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	0.753	***0.893***		
การสร้างสัมพันธภาพ (RLP)	0.737	0.704	***0.910***	
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF)	0.827	0.764	0.748	***0.805***

จากตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้สูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น องค์ประกอบความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.826 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.737 - 0.827 และการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.893 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.704 - 0.764 เป็นต้น ดังนั้นโมเดลดังกล่าวจึงมีความตรงเชิงจำแนกและสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 (Hair et al., 2011) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 1.752 - 2.552 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	VIF
ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาฯ (DEI)	2.550
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	2.400
การสร้างสัมพันธภาพ (RLP)	1.752
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF)	2.552

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานสำหรับการประเมินตัวแบบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM จะใช้การทดสอบ การมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้น จะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p<0.05$ และ t-Statistics มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยโดยสามารถอธิบายตามกลุ่มความสัมพันธ์ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.704 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.032 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 21.761 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 คือ การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.469 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.072 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 6.495 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 คือ การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3 การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.418 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.075 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 5.589 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าการสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 คือ การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4 ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.502 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.088 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 5.689 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 คือ ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 5 การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.227 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.101 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 2.256 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.024 แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 คือ การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 6 การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.202 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.052 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 3.872 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าการสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 คือ การสร้างสัมพันธภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สามารถสรุปผลได้ดังรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

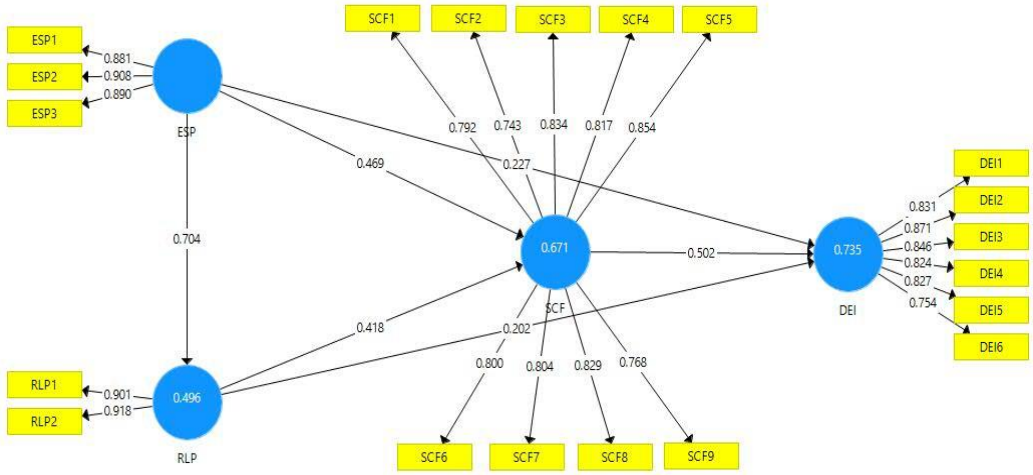
สมมติฐาน	Path	Path Coefficient	S.D.	t Statistics	*p*-Value	ผลการทดสอบ
H1	การสนับสนุนทางการศึกษา --> การสร้างสัมพันธภาพ	0.704	0.032	21.761*	0.000**	สนับสนุน
H2	การสนับสนุนทางการศึกษา --> ความเชื่อมั่นในตนเอง	0.469	0.072	6.495*	0.000**	สนับสนุน
H3	การสร้างสัมพันธภาพ --> ความเชื่อมั่นในตนเอง	0.418	0.075	5.589*	0.000**	สนับสนุน

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	Path	Path Coefficient	S.D.	t Statistics	*p*-Value	ผลการทดสอบ
H4	ความเชื่อมั่นในตนเอง --> ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ	0.502	0.088	5.689*	0.000**	สนับสนุน
H5	การสนับสนุนทางการศึกษา --> ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ	0.227	0.101	2.256*	0.024***	สนับสนุน
H6	การสร้างสัมพันธภาพ --> ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ	0.202	0.052	3.872*	0.000**	สนับสนุน

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

รายละเอียดของผลการวิจัยแสดงดังภาพที่ 2 แสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Path Coefficient



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วนของผลกระทบของการสร้างสัมพันธภาพ การสนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาอธิบายความแปรปรวนของการสร้างสัมพันธภาพ (R^2) ได้ร้อยละ 49.60 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 49.40 อยู่ในระดับปานกลาง โดยการสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความเชื่อมั่นในตนเอง (R^2) ได้ร้อยละ 67.10 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 66.90 อยู่ในระดับปานกลาง และการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองยังร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (R^2) ได้ร้อยละ 73.50 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 73.10 อยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ยังยืนยันคุณภาพของสมการโครงสร้างด้วยค่าดัชนีความเหมาะสม (Fit Indexes) ด้วยค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ (0.393 – 0.463) โดยในภาพรวม พบว่า คุณภาพของสมการโครงสร้างมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ดังแสดงในตารางที่ 7

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์การสร้างสัมพันธภาพ (RLP) (f^2=0.983) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 3 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) (f^2=0.338) และผลกระทบของการสร้างสัมพันธภาพต่อ

ความแม่นยำในการพยากรณ์ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) (f^2=0.268) และผลกระทบของความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (f^2=0.312) นอกจากนี้ ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 2 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (f^2=0.073) และผลกระทบของการสร้างสัมพันธภาพ (RLP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (f^2=0.061) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่า Effect Size

ตัวแปรทำนาย (Predictor)	DEI	ESP	RLP	SCF
ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีฯ (DEI)	-	-	-	-
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	0.073		0.983	0.338
การสร้างสัมพันธภาพ (RLP)	0.061			0.268
ความเชื่อมั่นในตนเอง(SCF)	0.312			

หมายเหตุ: ค่า f^2 ≥0.02 มีผลกระทบระดับต่ำ; f^2≥0.15 มีผลกระทบระดับปานกลาง; f^2≥0.35 มีผลกระทบระดับสูง

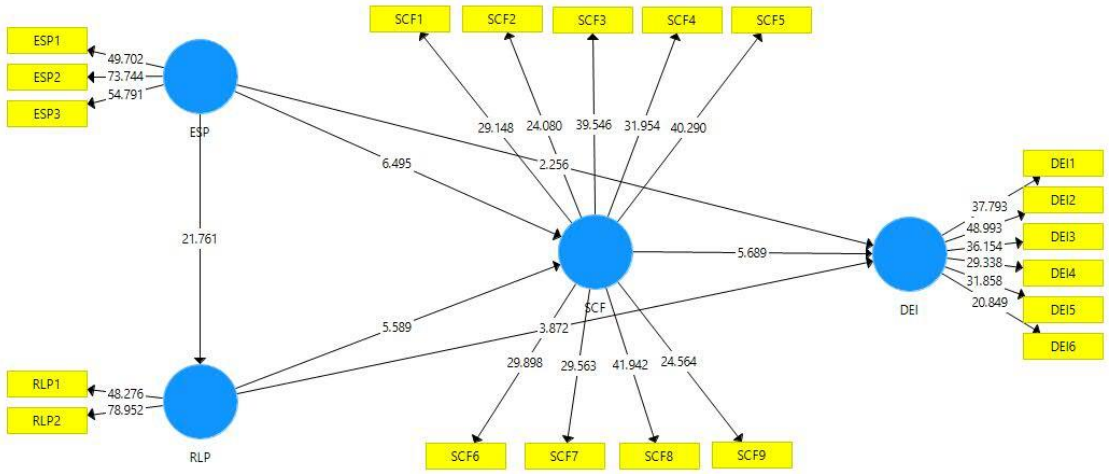
เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล พบว่า การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) มีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างสัมพันธภาพ (RLP) (β=0.704, t=21.761, p=0.000) ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) (β=0.469, t=6.495, p=0.000) และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (β=-0.227, t=2.256, p=0.024) และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) (β=0.294, t=5.258, p=0.000) และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (β=-0.526, t=6.653, p=0.000) โดยการสร้างสัมพันธภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) (β=0.418, t=5.589, p=0.000) และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (β=0.202, t=3.872, p=0.000) และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (β=0.210, t=4.032, p=0.000) นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) (β=0502, t=5.689, p=0.000) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 7

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

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่าความผันแปร (R^2)	ค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2adj)	การทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Q^2)	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)		
					ESP	RLP	SCF
การสร้างสัมพันธภาพ (RLP)	0.496	0.494	0.393	ทางตรง	0.704*	-	-
				ทางอ้อม	-	-	-
				รวม	0.704	-	-
ความเชื่อมั่นในตนเอง(SCF)	0.671	0.669	0.404	ทางตรง	0.469*	0.418*	-
				ทางอ้อม	0.294*	-	-
				รวม	0.763	0.418	-
ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนฯ (DEI)	0.735	0.731	0.463	ทางตรง	0.227**	0.202*	0.502*
				ทางอ้อม	0.526*	0.210*	-
				รวม	0.753	0.412	0.502

หมายเหตุ:*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

สำหรับการวิเคราะห์ค่าสถิติ t ซึ่งต้องมีนัยสำคัญคือ |t| >= 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามภาพที่ 3 เป็นไปตามการอภิปรายผลตามการทดสอบสมมติฐาน โดยการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ (RLP) ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) ในขณะที่การสร้างสัมพันธภาพ (RLP) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) และความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเอง (SCF) ยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ (DEI) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งผลแสดงค่าสถิติ t ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่วิเคราะห์ได้จากโปรแกรม SmartPLS แสดงค่า t-value

อภิปรายผล

ผลที่ได้รับจากการวิจัย พบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างสัมพันธภาพ สะท้อนให้เห็นว่าการที่สถาบันการศึกษามีสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยการจัดการศึกษาสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนผ่านการทำงานรายบุคคลหรืองานกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษาเกิดการสร้างสัมพันธภาพ รู้จักการอยู่ร่วม และทำงานกับผู้อื่นได้ ก่อเกิดมิตรภาพที่ดีในสถาบันการศึกษา โดยยอมรับถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sesen (2013); Hamid & Aliyu (2017) พบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างมิตรภาพ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล และนำไปสู่การสร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถทางนวัตกรรม ควบคู่กับความคิดสร้างสรรค์และตระหนักรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจ

โดยการสนับสนุนทางการศึกษายังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งกระทบเชิงบวกผลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง รองลงมาคือ การสร้างสัมพันธภาพ ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า การที่นักศึกษาได้รับความรู้จากการศึกษาเล่าเรียนในระดับที่สูงขึ้นหรือดีกว่าเดิม จะส่งผลให้เกิดความมั่นใจตนเองต่อการกระทำสิ่งต่าง ๆ ทั้งในด้านการทำงาน การเข้าสังคม และตระหนักรู้ถึงความสำคัญของโอกาสทางการศึกษาในฐานะปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเป็นใบเบิกทางสำหรับการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัย Hamid & Aliyu (2017) พบว่า การสนับสนุนทางด้านการศึกษาจากสถาบันการศึกษา โดยการถ่ายถอดความรู้ที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ ส่งผลให้นักศึกษาเกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง พร้อมกับการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมที่มีความสร้างสรรค์ และรู้จักเสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ดังนั้น การฝึกอบรมและการสนับสนุนทางด้านการศึกษาจึงมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเองใน

ระดับบุคคล นอกจากนี้การมีสังคม เพื่อนร่วมงาน หรือมีครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ ส่งเสริมในด้านต่าง ๆ ยังมีส่วนสำคัญซึ่งทำให้นักศึกษามีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ทั้งนี้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจด้วยตนเองนั้น การได้รับแรงสนับสนุนจากทางครอบครัว เพื่อนสนิท และบุคคลใกล้ชิดมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนทั้งทางด้านการเงิน แรงกาย และแรงใจ ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะประสบความสำเร็จในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ได้อย่างแน่นอน จนนำไปสู่ความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hamid & Aliyu (2017) พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากผู้ปกครอง สมาชิกในครอบครัว และมีความเต็มใจที่จะทุ่มเทพยายามอย่างสุดความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง พร้อมกับปรับปรุงตนเองเพื่อพัฒนาขีดความสามารถ และสร้างความมั่นใจให้แก่ตนเอง นอกจากนี้ Sesen (2013); Hamid & Aliyu (2017) ยังได้ชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางสังคมในรูปแบบของการสนับสนุนจากครอบครัวและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจ จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ รองลงมาคือ การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพ ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าการที่นักศึกษามีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ระดับการศึกษา การสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อนสนิท และปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เป็นต้น จะส่งผลให้เกิดความมั่นใจในความสามารถของตนเองว่าจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้อย่างแน่นอน และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferreira et al. (2012) พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองของบุคคลพร้อมกับการมีทัศนคติเชิงบวก และความต้องบรรลุผลสำเร็จในชีวิตการทำงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ อย่างมีนัยสำคัญ โดยที่การได้รับการสนับสนุนทางการศึกษาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้อันเนื่องมาจากการที่นักศึกษาได้รับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการและมองเห็นโอกาสที่จะนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ด้วยตนเองที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายในชีวิตที่ได้วางแผนเอาไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Iakovleva & Solesvik (2014) พบว่า การให้การศึกษาในด้านความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการสามารถยกระดับการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองของนักศึกษา และยังช่วยให้เกิดความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความต้องการและสร้างแรงบันดาลใจให้กระทำสิ่งใหม่ ๆ ที่ท้าทายต่อความสามารถของตนเองอยู่เสมอ นอกจากการสนับสนุนทางการศึกษาแล้ว ผลที่ได้รับจากการวิจัยยังพบว่าการสร้างเครือข่ายทางสังคมโดยการสร้างสัมพันธภาพเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่า การได้รับการสนับสนุนจากทางครอบครัว เพื่อนสนิท บุคคลใกล้ชิด ทั้งกำลังกาย กำลังใจ และแหล่งเงินทุน มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจ และการมองเห็นช่องทางในการต่อยอดทางธุรกิจด้วยการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Iakovleva & Solesvik (2014); Hamid & Aliyu (2017) พบว่า การสนับสนุนเชิงสัมพันธภาพจากทางครอบครัวและเพื่อนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนทางด้านการให้กำลังใจ หรือเงินทุนสำหรับเริ่มต้นสร้างธุรกิจจากเพื่อนและครอบครัว โดย Chen & He (2011); Sesen (2013) Hamid & Aliyu (2017) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนทางด้านสัมพันธภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ โดยสามารถนำทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวทางในการศึกษาถึงความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ นอกเหนือจากการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพ และความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหรือไม่ จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติของงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.735 ซึ่งค่านี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 73.50 กล่าวอีกนัยหนึ่ง นั่นคือ ยังมีอีกถึงร้อยละ 26.50 ที่อาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ หน่วยงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการดำเนินงานทางธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างสัมพันธภาพ ดังนั้น สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมเพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นที่การเรียนรู้ผ่านทางกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน ทั้งจากครอบครัวของนักศึกษา กลุ่มเพื่อนสมาชิก และเครือข่ายทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะทำให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านบริหารธุรกิจเกิดความคิดที่สร้างสรรค์ มีความต้องการหรือแรงบันดาลใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ ๆ พร้อมกับพัฒนาขีดความสามารถสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคต

ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจมีการพัฒนาความสามารถเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างนวัตกรรมให้กับสินค้าหรือบริการที่มีความแปลกใหม่และมีคุณค่ามากกว่าผู้ประกอบการแบบดั้งเดิม

2.2 จากผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง รองลงมาคือ การสร้างสัมพันธภาพ ดังนั้น สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านบริหารธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของหน่วยงานภาครัฐ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนทางด้านการเข้าถึงเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบการ ตลอดจนหน่วยงานที่เป็นพี่เลี้ยง คอยให้คำแนะนำ ปรึกษาที่จำเป็น อีกทั้งยังรวมถึงช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษามองเห็นโอกาสและความเป็นไปได้ที่ตนเองจะได้รับการสนับสนุน และเกิดความมั่นใจในความสามารถของตนเองและปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการประกอบธุรกิจบนโลกออนไลน์

2.3 จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ รองลงมาคือ การสนับสนุนทางการศึกษา และการสร้างสัมพันธภาพ ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแก่นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านบริหารธุรกิจ โดยการเน้นและปลูกฝังให้นักศึกษาเป็นผู้ที่มีกำลังใจให้ตนเองสูง ไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งคุณสมบัตินี้จะทำให้คนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่นตามไปด้วย พร้อมกับการสนับทางด้านการศึกษาเพื่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่ตนเองต้องการสร้างขึ้นมาอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะว่าผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนคืออะไร เมื่อเทียบกับคู่แข่งมีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไรบ้าง มีทักษะการวางแผนงานที่เป็นระบบ โดยเฉพาะแผนธุรกิจเพื่อชี้ให้เห็นว่าจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร โดยใคร เมื่อใด ใช้เงินทุนเท่าใด จะได้ผลอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตได้เป็นอย่างดี มีความสามารถในการบริหารการเงินและการตลาด เช่น วิธีการตรวจสอบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อที่จะได้รู้ปัญหาและหนทางแก้ไขปัญหาก่อนได้ และวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้ รวมถึงการพัฒนาความสามารถในการมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคตได้ นอกจากนี้ การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องทั้งลงทุนและลงแรง ต้องทำงานหนักแทบไม่จะไม่มีวันหยุด เพราะต้องวางแผนตัดสินใจ ดำเนินการ แก้ไขปัญหาอยู่เกือบตลอดเวลา ลักษณะดังกล่าวนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการสนับสนุนจากทางครอบครัว และมีแหล่งสนับสนุนที่ดี เพราะว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น มักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตน เช่น ผู้ประกอบการอาวุโสที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันที่สามารถสนับสนุนแนวคิด และวิธีการแก้ไขปัญหาในลักษณะที่คล้ายกัน สถาบันการเงินที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเงินทุนและการขยายกิจการ เป็นต้น การพัฒนาตนเองให้มีเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวาง จะช่วยทำให้มีที่ปรึกษามากในการขอความสนับสนุนในด้าน

ต่าง ๆ ในอนาคต ซึ่งถ้าหากปฏิบัติได้ดังที่กล่าวว่าจะช่วยให้นักศึกษามองเห็นโอกาสทางธุรกิจ มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สูงขึ้นตามไปด้วย อันจะส่งผลให้กลายเป็นกำลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา การสร้างสัมพันธภาพและความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ จาก 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาใช้อธิบายการความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งในอนาคตอาจจะมีปัจจัยจากแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่ออธิบายความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากจากความคิดเห็นของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านการบริหารธุรกิจ ไม่ได้ศึกษาวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษา ไม่ได้เก็บข้อมูลใช่ช่วงอายุอื่น ๆ ที่อาจจะต้องมีความซับซ้อนและใช้เวลาในการวิจัยมากยิ่งขึ้น และงานวิจัยดำเนินการวิจัยในประเทศไทย ดังนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการอ้างอิง ต้องระมัดระวังถึงข้อจำกัดทางด้านประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปด้วย

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลาย ๆ แนวทางดังนี้

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการทำวิจัยแบบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้วิธีเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้วิธีเชิงคุณภาพมาเสริมเพื่อขยายความ และเพิ่มความลุ่มลึกของข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือวิธีการอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

2. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากขึ้น โดยขยายไปยังพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กว้างขึ้นในประเทศไทย เพื่อความชัดเจนของข้อมูลในเชิงความหมาย และปัจจัยเชิงเหตุมากขึ้น และใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ เช่น แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ และต้นทุนทางจิตวิทยา เป็นต้น เพื่อให้มีความสามารถในการทำนายที่เพิ่มขึ้น

4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของความตั้งใจในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาในสาขาวิชาอื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไป

References

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Process, 50(2). 179-211.

Anteccdents and effects on supplier performance. International Journal of Production Research, 52(1). 32-49.

Blome, C.. Hollos, D., & Paulraj. A. (2014). Green procurement and green supplier development:

Chen, Y., & He, Y. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention: an empirical study based on the mediating role of self-efficacy. Journal of Chinese Entrepreneurship, 3(2). 147-158.

Deeaum, C. (2012). kān̄sụ̄sān radap prasāt witthaya̒ phụ̄a sān̄g nawatkamkān̄ rīanrū̄ samrap čhenœ̄rechan sǣt. [Neurological communication to create learning innovation for the Generation Z]. Ph.D. Thesis (Unpublished). Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathumthani.

Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: an application of the psychological and behavioral approaches. Journal of Small Business and Enterprise Development, 19(3). 424-440.

Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equations with unobservable variables and measurement error. J. Mark. Res., 18(1). 39–50.

Gelard, P., & Saleh, K. E. (2011). Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students. African Journal of Business Management, 5(26). 10707-10717.

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.

Honig, B., & Davidsson, P. (2000). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. Academy of Management Proceedings, 2000(August). B1-B6.

Iakovleva, T., & Solesvik, M.Z. (2014). Entrepreneurial intentions in post-Soviet economies. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 21(1). 79-100.

Ismail, M., Khalid, S.A., Othman, M., Jusoff, H.K., Rahman, N.A., Kassim, K.M., & Zain, R.S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. International Journal of Business and Management, 4(10). 54.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global report. London: London Business School.

Levie, J., & Autio, E. (2008). A Theoretical Grounding and Test of the GEM Model. Small Business Economics, 31(3). 235-263.

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.

Ministry of Digital Economy and Society. (2015). k. ʻaisīthī čhapmư̄ saphā ʻutsāhakam ... phlak dan nayobāi Digital Economy pai sū phāk ʻutsāhakam [Ministry of Digital Economy and Society and the Federation of Thai Industries Pushing the Digital Economy policy to the industrial sector]. Retrieved March 30, 2019 from https://www.pier.or.th/wp-content/uploads/2018/07/aBRIDGEd_2018_012.pdf

Ministry of Industry. (2016). yutthasāt kānphatthanā ʻutsāhakam Thai 4.0 raya yīsip pī (Phọ̄.Sọ̄ sọ̄ngphanhārọ̄ihoksip - sọ̄ng phan hāra ʻaya čhet sip kao) [Thai industry development strategy 4.0 for 20 years plan]. Bangkok: Ministry of Industry.

Office of Small and Medium Enterprise Promotion, OSMEP. (2018). rāingān sathānakān SME [SME situation report 2018]. Retrieved March 30, 2019 from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20180912113024.pdf

Office of the Academic. (2016). thailǣn sī . sū [Thailand 4.0]. Bangkok: The Secretariat of the House of Representatives.

Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). phǣn phatthanā sētthakit læ sangkhom hǣng chāt chabap thī sipsọ̄ng Phọ̄.Sọ̄ sọ̄ngphanhārọ̄ihoksip - sọ̄ngphanhārọ̄ihoksipsī [The 12th National Economic and Social Development Plan 2017-2021]. Bangkok: The Prime Minister's Office All Rights Reserved.

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.

Ringle, C. M., Götz, O., Wetzels, M., & Wilson, B. (2009). On the use of formative measurements pecifications 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

Robb, A.M., & Fairlie, R.W. (2006). Tracing access to financial capital among African-Americans from the entrepreneurial venture to the established business. Research Conference on Entrepreneurship Among Minorities and Women.

Samphantharak, K., Monchaitrakul, C., Wasee, N., & Bumrungruen. (2018). mummoṇng sinchūa thurakit Thai čhāk khoṃūn rai sanyā čhoṇ luk sinchūa thurakit SME čhāk khoṃūn sinchūa thanākhān phānit Thai toṇn thī nưng [Thai Business loan views from contract information "Insights into SME business loans from Thai commercial bank credit information" Parts 1]. Retrieved March 30, 2019 from https://www.pier.or.th/wp-content/uploads/2018/07/aBRIDGEd_2018_012.pdf

Santipraphob, W. (2017). SMEs kap kānnam Thai hai kāo klai pai kap lōk yuk 4.0 [SMEs and bringing Thailand to go beyond the 4.0 era]. Retrieved March 30, 2019 from https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Speeches/Gov/SpeechGOV_18Nov2017.pdf

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.

Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. Education+Training, 55(7). 624-640.

Sornmanee, K. (2016). kānčhatkān sapphayākoṇn manut thāmklāng krasæ lōkāphiwat [Human resource management amid globalization]. Panyapiwat Journal, 8(1): 275-287

Thompson, J.L. (1999). A strategic perspective of entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 5(6). 279-296.

Turker, D., & Selcuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. Journal of European Industrial Training, 33(2). 142-159.

Twibell, R.S., Siela, D., Riwitis, C., Wheatley, J., Riegle, T., Bousman, D., Cable, S., Caudill, P., Harrigan, S., & Hollars, R. (2008). 'Nurses' perceptions of their self-confidence and the benefits and risks of family presence during resuscitation. American Journal of Critical Care, 17(2). 101-111.

UNESCO/UNDP. (2013). Creative Economy Report 2013: widening local development pathways. New York: United Nations.

World Economic Forum. (2016). White paper: Factors for enabling the creative economy. Switzerland: World Economic Forum.