Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

The Causal Relationship Model of Factors of Psychological Characteristics affecting the Youth Digital Business Entrepreneurial Intention among BBA Students

Received:	*May*	*22, 2019*
Revised:	*August*	*19, 2019*
Accepted:	*August*	*23, 2019*

ธาดาธิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)*
น้องหญิง สุมาลัย (Nongying Sumalai)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ และรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม และการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนบาค แบบสอบถามได้กระจายแก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 153 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์โมเดลการวัด และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างก่อนการทำการตรวจสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจมากที่สุด คือ ความต้องการความสำเร็จ โดยการคิดเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความต้องการความสำเร็จ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ และความอดทนต่อความไม่ชัดเจนมีอิทธิพลทางตรงต่อความต้องการความสำเร็จ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ นอกจากนี้ ความต้องการความสำเร็จยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ในขณะที่การคิดเชิงนวัตกรรมและความอดทนต่อความไม่ชัดเจนไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายผลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

* 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

ธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ได้ร้อยละ 21.70 (R^2=0.217,R^2_{adj}=0.201) จากผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเพิ่มระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ โดยผ่านความต้องการความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการคิดเชิงนวัตกรรมและความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณลักษณะเชิงจิตวิทยา ความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ธุรกิจดิจิทัล

Abstract

This research set to study the effect of psychological factors on youth digital business entrepreneurial intention among BBA students and a causal model of factors of psychological characteristics affecting the youth digital business entrepreneurial intention among BBA students. The study used a questionnaire developed by reviewing the literature and testing the reliability using coefficient alpha. The questionnaire was distributed to 153 samples of BBA students. Then analysis the measurement model and structural equation modeling before hypotheses testing by Partial Least Square Structural Equation Modeling (Partial Least Square: PLS-SEM) with SmartPLS software.

The results found that the most influential psychological factor affecting youth digital business entrepreneurial intention among BBA students is need for achievement. Which the innovative thinking directly affected need for achievement and indirectly influenced youth digital business entrepreneurial intention among BBA students. And the tolerance for ambiguity directly affected need for achievement and indirectly influenced youth digital business entrepreneurial intention among BBA students. In addition found that the need for achievement directly affected youth digital business entrepreneurial intention among BBA students. While the innovative thinking and tolerance for ambiguity did not directly affect the youth digital business entrepreneurial intention among BBA students. The structural equation model can explain youth digital business entrepreneurial intention among BBA students at 21.70 percent (R^2=0.217, R^2_{adj}=0.201). The results of this research are beneficial to educational institution, business incubator and stakeholder to increase the youth digital business entrepreneurial intention among BBA students through the need for achievement by innovative thinking and tolerance for ambiguity, respectively.

Keywords: Psychological Characteristics, Youth Entrepreneurial Intention, Digital Business

บทนำ

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน แนวโน้มการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศมหาอำนาจยังขาดทิศทางที่ชัดเจน ดังนั้น เศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการส่งออกและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงได้รับผลกระทบในสถานการณ์เช่นนี้ เครื่องมือที่จะทำให้ข้ามผ่านภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนนี้ได้ คือ เศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งนี้เพราะว่าภาคธุรกิจที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาในการดำเนินงานทางธุรกิจ ล้วนมีอัตราการเติบโตที่สูง (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ และคณะ, 2558) เป็นผลทำให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล (Digital Entrepreneurship) หรือที่เรียกว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ขึ้นมา โดยผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลจะมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาบริการ รวมทั้งการบริหารจัดการ การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ และการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการประยุกต์ใช้ความล้ำสมัยทางด้านเทคโนโลยีมาปรับปรุงกระบวนการจากธุรกิจแบบเดิมให้เป็นธุรกิจแบบใหม่ (วิกิซอร์ซ , 2561) เพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิวัติของธุรกิจในโลกปัจจุบัน ซึ่งกำลังอยู่ในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เรียกว่า ยุค 4.0 ที่มุ่งเน้นการแข่งขันกันด้วยการออกแบบและสร้างนวัตกรรม โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาขับเคลื่อน สิ่งนี้เป็นการชี้ให้เห็นว่าโลกดิจิทัลกำลังเข้ามาเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนครั้งใหญ่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าโอกาสในการทำธุรกิจไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่ผู้ประกอบการที่มีทุนทรัพย์ แต่เป็นการแข่งขันกันในเรื่องของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ (ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, 2561)

ปัจจุบันพบว่า สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เริ่มมีการตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ทำให้สถาบันทางการศึกษาส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนโดยมีทางเลือกในสาขาวิชาที่มีความทันสมัยและสอดคล้องกับทิศทางโลกของเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น อาทิ การพัฒนาหลักสูตรทางด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ นวัตกรรมและการแปรรูปทางดิจิทัล และการจัดการนวัตกรรม เป็นต้น พร้อมทั้งมีการจัดอบรมสำหรับผู้ที่สนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลรุ่นเยาว์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มเยาวชนไทย กลุ่มวัยรุ่น เริ่มมีความปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากบุคคลเหล่านี้เชื่อว่าการประกอบธุรกิจหรือการทำธุรกิจส่วนตัวนั้น มีความเป็นอิสระในการทำงาน สามารถคิดต่างแบบสร้างสรรค์ได้ และมีท้าทายต่อความสามารถของตนเองที่มีอยู่ (Thai SME Center, 2016) โดยเฉพาะกระแสของการทำธุรกิจในรูปแบบของสตาร์ทอัพ (Start-up Business) ตามนโยบาย Thailand 4.0 ของภาครัฐ ซึ่งเปิดโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ที่มีความปรารถนาและมุ่งมั่นสร้างธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด และเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุยังน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาซึ่งดำเนินการโดย Sea Group ภายใต้ความร่วมมือกับ World Economic Forum (WEF) พบว่า เยาวชนไทยมีความใฝ่ฝันที่อยากเป็นผู้ประกอบการสูงสุดในอาเซียน โดยร้อยละ 36 ของเยาวชนไทยมีความปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการและทำธุรกิจของตนเองในอนาคต รองลงมาคือ มาเลเซีย ร้อยละ 26 เวียดนาม ร้อยละ 25 อินโดนีเซีย ร้อยละ 24 สิงคโปร์ ร้อยละ 20 และฟิลิปปินส์ ร้อยละ 19 ตามลำดับ และคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต (World Economic Forum on ASEAN, 2018)

บทบาทของผู้ประกอบการนั้น ไม่เพียงแต่เป็นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ แต่จะเกี่ยวข้องกับการลงทุนและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธุรกิจและสังคม ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต (เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ, 2551) ดังนั้น ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการควรมีทักษะและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เพียงพอที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ โดยเฉพาะคุณลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological Characteristics) อันเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม บุคลิกภาพ และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญของตัวบุคคล และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ โดยในยุคแรก Brockhaus (1980); McClelland (1961); Krueger (2000) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะเป็นผู้ประกอบการ จากนั้นในยุคต่อมาได้มีการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบุคลิกภาพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในบริบทของเยาวชน เช่น Espiritu-Olmos & Sastre-Castillo (2015) ที่ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบุคลิกภาพกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยจากสถาบันการศึกษาของรัฐ พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาด้านอำนาจควบคุมตนเอง ความต้องการความสำเร็จ ความเป็นมิตร ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ความอดทนต่อความเสี่ยง และการเปิดเผยตนเองส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Koh (1996) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาด้านความสามารถทางนวัตกรรม ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน และการมีนิสัยที่ชื่นชอบความเสี่ยงนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความต้องการความสำเร็จ และอำนาจควบคุมตนเอง ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของนักศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ นอกจากนี้ Dinis et al. (2013) ยังได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของรุ่นเยาว์ของนักเรียนในช่วงอายุระหว่าง 14 ถึง 15 ปี พบว่า ความมั่นใจในตนเองและความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ในขณะที่ความชื่นชอบความเสี่ยงส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ โดยที่ปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาด้านความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ความต้องการความสำเร็จ และความสามารถทางนวัตกรรมยังคงส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์อย่างมีนัยสำคัญ

จากข้อมูลข้างต้น จึงนำไปสู่การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาด้านการคิดเชิงนวัตกรรม ความต้องการความสำเร็จ ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน และความความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ ซึ่งปัจจุบันมีข้อมูลงานวิจัยอยู่อย่างจำกัด ทำให้ขาดการศึกษาเชื่อมโยงด้วยการใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์นั้น มีอย่างค่อนข้างจำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงสาเหตุดังกล่าวเพื่อให้สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล สามารถนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ได้ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นเยาว์บนโลกดิจิทัลที่สามารถใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลเป็น

เครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ มีคุณสมบัติ สมรรถนะ และศักยภาพที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และนโยบายในการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคของเศรษฐกิจทิจิทัล (Digital Economy) และสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ที่มีความเชี่ยวชาญในนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศชาติในอนาคตได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

2. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological Characteristics) มาทำการศึกษาในบริบทของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการคิดเชิงนวัตกรรมความต้องการความสำเร็จ ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ โดยการทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปทีละตัวแปรและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological Characteristics)

คุณลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological Characteristics) เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม บุคลิกภาพ และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญของบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น บุคคลที่มีความสามารถในการคิดล่วงหน้าในอนาคต จะสามารถยับยั้งคนมิให้ทำพฤติกรรมที่ไม่ดีได้ เพราะตนเองได้เล็งเห็นว่า ถ้ากระทำผิดหรือทำความชั่วในพฤติกรรมนั้น ๆ ก็จะส่งผลต่อตนเองและบุคคลรอบข้างได้ เป็นต้น โดยการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความเป็นผู้ประกอบการในยุคเริ่มแรกริเริ่มขึ้นโดย McClelland (1961); Brockhaus (1980) และ Krueger (2000) หลังจากนั้นได้มีการศึกษาเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบุคลิกภาพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อาทิ Espiritu-Olmos & Sastre-Castillo (2015) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบุคลิกภาพกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยของรัฐในเมืองมาดริด ประเทศสเปน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของบุคลิกภาพทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ อำนาจควบคุมตนเอง ความต้องการความสำเร็จ ความเป็นมิตร ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ความอดทนต่อความเสี่ยง และการเปิดเผยตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผลจากการศึกษาของ Koh (1996) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยคุณลักษณะ

เชิงจิตวิทยาด้านความสามารถทางนวัตกรรม ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน และการมีนิสัยที่ชื่นชอบความเสี่ยงนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโททางด้านการบริหารธุรกิจในฮ่องกง อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความต้องการความสำเร็จ และอำนาจควบคุมตนเองไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาโททางด้านการบริหารธุรกิจในฮ่องกง และ Dinis et al. (2013) ยังได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนวัยรุ่น ช่วงอายุระหว่าง 14 - 15 ปี ผลการวิจัยพบว่าความมั่นใจในตนเองและความต้องการความสำเร็จส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ความชื่นชอบความเสี่ยงส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยที่ปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาด้านความอดทนต่อความไม่ชัดเจน อำนาจควบคุมตนเอง และความสามารถทางนวัตกรรมยังคงส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญ จากผลที่ได้รับจากการวิจัยในอดีตดังกล่าว ดังนั้น ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้และทำการศึกษาตามแนวทางของ Koh (1996) โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ จากปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาใน 3 ด้าน ได้แก่ การคิดเชิงนวัตกรรม ความต้องการความสำเร็จ และความอดทนต่อความไม่ชัดเจน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) หมายถึง การมีส่วนร่วมในความคิดใหม่และสร้างสิ่งใหม่ที่แตกต่างจากการปฏิบัติที่มีอยู่ (Lumpkin & Gregory, 1996; Wiklund, 2005) โดยรวมแล้วจะเป็นการคิดในสิ่งใหม่ ๆ (Grønhaug & Kaufmann, 1988) โดยการคิดเชิงนวัตกรรมจะทำให้สามารถรับรู้ถึงปัญหาต่าง ๆที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถนำมาปรับใช้เพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ (O'Regan, 2005) จากการศึกษาของ Ali (2019) พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต โดย Ahmed et al. (2010) ได้ชี้ให้เห็นว่าการคิดหรือมีความสามารถทางนวัตกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการ และ Hamidi et al. (2008) พบว่า การมีความคิดเชิงสร้างสรรค์ในระดับที่สูงและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ Koh (1996) ยังได้ชี้ให้เห็นว่านักศึกษาที่มีระดับของความตั้งในการเป็นประกอบการที่สูง จะมีความสามารถในการคิดเชิงนวัตกรรมมากกว่าบุคคลทั่วไป

ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จเพื่อให้รู้สึกถึงความสุขที่สามารถเอาชนะอุปสรรคหรือเป็นการดำเนินการในบางสิ่งบางอย่างให้บรรลุเป้าหมายหรือเอาชนะอุปสรรคเพื่อบรรลุเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้สึกในเชิงบวกเมื่อประสบผลสำเร็จ (Charles & Michael, 2012) ซึ่งผู้ที่มีความปรารถนาและความทะเยอทะยานที่สูงกว่ามักจะประสบความสำเร็จและมีศักยภาพอย่างเพียงพอที่จะเป็นผู้ประกอบการ (McClelland, 1961) จากการศึกษาของ Ramayah & Harun (2005) พบว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในประเทศมาเลเซีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tong et al. (2011) พบว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อระดับความตั้งใจของบุคคลใน

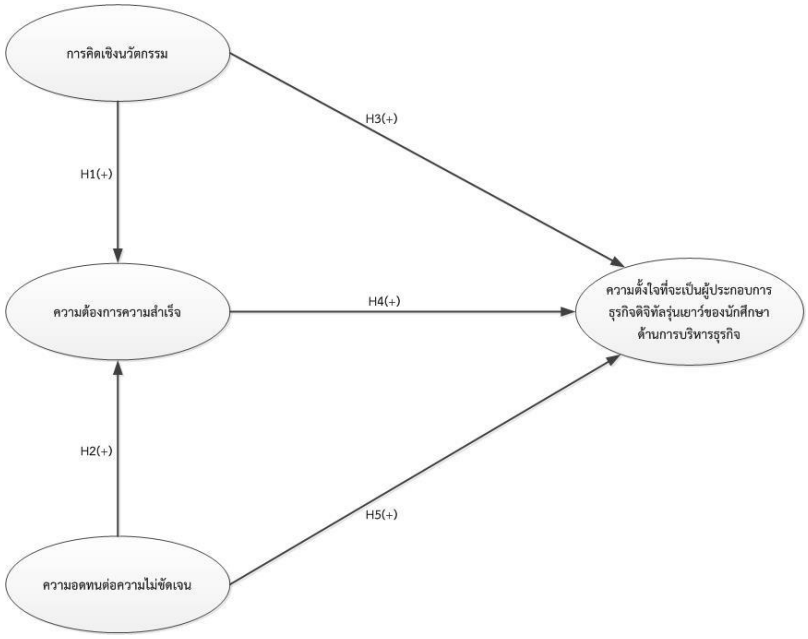
การเป็นผู้ประกอบการ โดยบุคคลที่มีระดับของความต้องการความสำเร็จสูงจะส่งผลให้ระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ Ferreira et al. (2012) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าความต้องการความสำเร็จนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for Ambiguity) หมายถึง ความสามารถในการจัดการกับปัญหาหรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความคลุมเครือ รวมไปถึงสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Bushan & Amal, 1986) ซึ่งความอดทนต่อความไม่ชัดเจนนั้น เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายในการเริ่มต้นธุรกิจที่ไม่สามารถคาดเดาหรือทำนายไว้ล่วงหน้าได้ (Schere, 1982) ดังนั้น บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการควรที่จะมีความสามารถในการจัดการกับสิ่งคลุมเครือสูงและมีความอดทนต่อความไม่ชัดเจน โดย Kirton (1981) กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีความสามารถในการจัดการกับสิ่งคลุมเครือสูง พร้อมทั้งมีความอดทนต่อความไม่ชัดเจน จะมีความรู้สึกว่าสิ่งคลุมเครือนั้นเป็นเรื่องที่ท้าทายและน่าสนใจ เนื่องจากบุคคลนั้นจะต้องมีความคิดอย่างสร้างสรรค์ที่จะจัดการกับปัญหาหรือเปลี่ยนแปลงปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (Christos & Kleanthis, 2011) จากการศึกษาของ Gurel et al. (2010) พบว่า ความอดทนต่อสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือไม่แน่นอนส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต โดย Scarborough (2011) พบว่า ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และ Gurel et al. (2010) พบว่า บุคคลที่มีความอดทนต่อความไม่ชัดเจนมีแนวโน้มที่จะสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเองมากกว่าบุคคลทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Eghbal et al. (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ Tateh et al. (2014) ยังพบว่าตวามอดทนต่อความไม่ชัดเจนส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มเยาวชนในประเทศมาเลเซีย

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ (Youth Digital Business Entrepreneur Intention) หมายถึง ความตระหนักและความมั่นใจของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างธุรกิจและมีแผนที่จะทำธุรกิจดิจิทัลในอนาคต (Thompson, 1999) โดยความตั้งใจถือว่าเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจ เนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำในอนาคต (Ajzen, 1991)

กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดงานวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H1	การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ
H2	ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ
H3	การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ
H4	ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ
H5	ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งภายหลังจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย และได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul et al., 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 ตัวอย่าง ซึ่งงานวิจัยในอดีตได้แนะนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM คือ กลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนระหว่าง 100 - 200 ตัวอย่าง (Ringle et al., 2009; Hair et al. 2011; Sarstedt et al., 2014) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 153 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบเอกสาร ประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 22 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ ตาม ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถามหลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ทุกข้อนั้นมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.86 และทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach’s alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.6 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ จึงถือว่าค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดยอมรับได้ (Hair et al., 2010) โดยคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Item-Total Correlation) ได้ระหว่าง 0.631 - 0.897 รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้งเพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาและปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษาก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามแบบเอกสารในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 200 ชุด ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ถึง มีนาคม 2562 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 170 ชุด เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้รับทั้ง 170 ชุด พบว่า มีความสมบูรณ์ จำนวน 153 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 76.50 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามทฤษฎีของ Aaker et al. (2001) โดยกำหนดไว้อย่างน้อยในอัตราร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติและใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

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 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^2adj) 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

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 33.98 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลระหว่าง 5,000 – 8,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.79 ส่วนใหญ่กลุ่มคนในครอบครัวไม่มีพื้นฐานทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 56.20 และในภาพรวมมีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 73.85 และส่วนมากไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 66.66 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ค่าน้ำหนักทุกตัวแปร โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักที่ควรจะมีค่าสูงกว่า 0.70 จากตารางที่ 2 พบว่า มีค่าน้ำหนักระหว่าง 0.764 - 0.920 และความสามารถอธิบายของแต่ละตัวแปรพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 หรือหมายถึงตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้มากกว่าร้อยละ 50 พบว่า ตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ดังกล่าว โดยสามารถอธิบายได้สูงสุดร้อยละ 89.70 และอธิบายได้ต่ำสุดร้อยละ 63.10 เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่า แต่ละองค์ประกอบมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.70 โดยมีค่าระหว่าง 0.844 - 0.924 ขณะเดียวกันการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ

ที่ต้องผ่านเกณฑ์ 0.50 พบว่า มีค่าระหว่าง 0.626 - 0.770 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันภายในและสามารถอธิบายรูปแบบการวัดในองค์ประกอบของตนได้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	t Statistics	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ (EI)	EI1	0.814	23.365*	0.897	0.924	0.709
	EI2	0.840	27.873*			
	EI3	0.890	34.733*			
	EI4	0.878	36.393*			
	EI5	0.785	17.805			
การคิดเชิงนวัตกรรม (IN)	IN1	0.777	20.072*	0.801	0.870	0.626
	IN2	0.808	23.261*			
	IN3	0.816	22.353*			
	IN4	0.764	17.750*			
ความต้องการความสำเร็จ (NFA)	NFA1	0.866	35.341*	0.631	0.844	0.730
	NFA3	0.843	30.135*			
ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA)	TFA1	0.832	16.274*	0.709	0.870	0.770
	TFA2	0.920	46.395*			

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

ตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้

องค์ประกอบ	Correlation Matrix			
	EI	IN	NFA	TFA
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ (EI)	***0.842***			
การคิดเชิงนวัตกรรม (IN)	0.374	***0.791***		
ความต้องการความสำเร็จ (NFA)	0.440	0.649	***0.855***	
ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA)	0.184	0.448	0.573	***0.877***

จากตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้สูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น องค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.842 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.184 - 0.440 และองค์ประกอบการคิดเชิงนวัตกรรม (IN) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.791 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.448 – 0.649 เป็นต้น ดังนั้นโมเดลดังกล่าวจึงมีความตรงเชิงจำแนกและสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างจะต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 (Hair et al., 2011) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 1.270 – 2.595 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่า โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	VIF
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ (EI)	2.595
การคิดเชิงนวัตกรรม (IN)	1.741
ความต้องการความสำเร็จ (NFA)	1.270
ความอดทนต่อความสำเร็จ (TFA)	1.431

การทดสอบสมมติฐาน

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

สมมติฐานที่ 1 การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.491 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.070 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 7.006 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าการคิดเชิงนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 คือ การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.353 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.071 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 4.943 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.000 แสดงให้เห็นว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 คือ ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3 การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.169 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.125 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 1.348 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.178 แสดงให้เห็นว่าการคิดเชิงนวัตกรรมไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ดังนั้น จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.400 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.123 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 3.258 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.001 แสดงให้เห็นว่าความต้องการความสำเร็จส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 คือ ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 5 ความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ -0.120 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.086 ค่าสถิติที (t-statistics) เท่ากับ 1.401 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) และ P-value มีค่า 0.162 แสดงให้เห็นว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ดังนั้น ดังนั้น จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 5

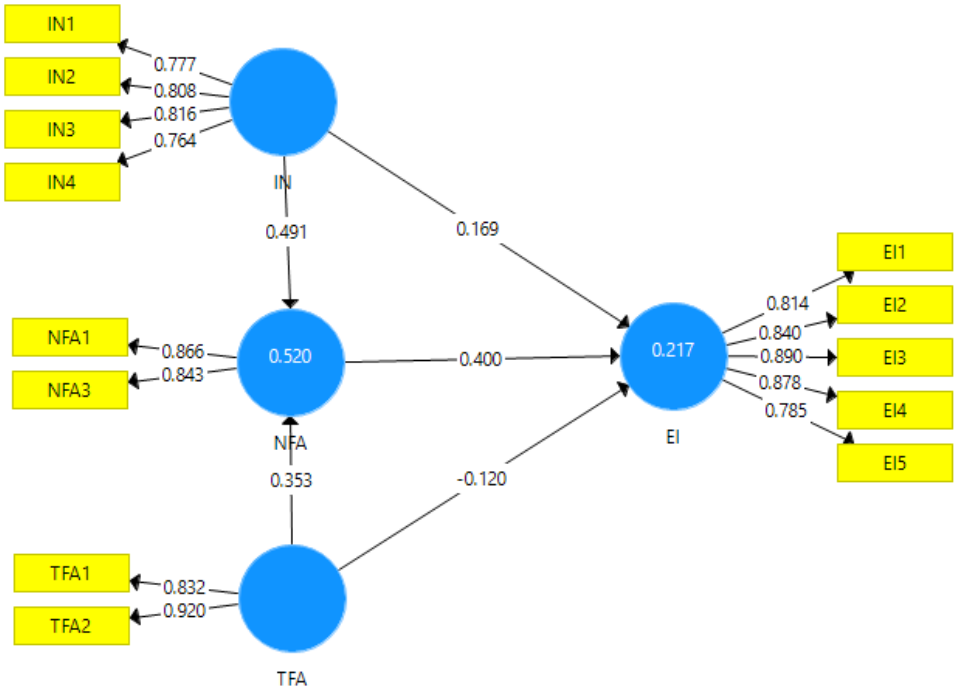
จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สามารถสรุปผลได้ดังรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Path	Path Coefficient	S.D.	t Statistics	*p*-Value	ผลการทดสอบ
H1	การคิดเชิงนวัตกรรม --> ความต้องการความสำเร็จ	0.491	0.070	7.006*	0.000***	สนับสนุน
H2	ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน --> ความต้องการความสำเร็จ	0.353	0.071	4.943*	0.000***	สนับสนุน
H3	การคิดเชิงนวัตกรรม --> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ	0.169	0.125	1.348	0.178	ไม่สนับสนุน
H4	ความต้องการความสำเร็จ--> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ	0.400	0.123	3.258*	0.001**	สนับสนุน
H5	ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน --> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ	-0.120	0.086	1.401	0.162	ไม่สนับสนุน

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

รายละเอียดของผลการวิจัยแสดงดังภาพที่ 2 แสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Path Coefficient



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วนของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า การคิดเชิงนวัตกรรมและความอดทนต่อความไม่ชัดเจนร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความต้องการความสำเร็จ (R^2) ได้ร้อยละ 52.00 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 51.40 อยู่ในระดับปานกลาง โดยการคิดเชิงนวัตกรรม ความต้องการความสำเร็จและความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ยังร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (R^2) ได้ร้อยละ 21.70 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 20.10 อยู่ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ ยังยืนยันคุณภาพของสมการโครงสร้างด้วยค่าดัชนีความเหมาะสม (Fit Indexes) ด้วยค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ (0.134 – 0.353) โดยในภาพรวม พบว่า คุณภาพของสมการโครงสร้างมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 7

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 2 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ผลกระทบของความต้องการความสำเร็จ (NFA) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (f^2 = 0.098) และผลกระทบของการคิดเชิงนวัตกรรม (IN) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (f^2 = 0.021) และยังพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor)

และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับกลาง ได้แก่ ผลกระทบของความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความต้องการความสำเร็จ (NFA) (f^2 = 0.208) นอกจากนี้ ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ผลกระทบของการคิดเชิงนวัตกรรม (IN) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความต้องการความสำเร็จ (NFA) (f^2 = 0.401) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ ผลกระทบของความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (f^2 = 0.012) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่า Effect Size

ตัวแปรทำนาย (Predictor)	EI	IN	NFA	TFA
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ (EI)	-	-	-	-
การคิดเชิงนวัตกรรม (IN)	0.021	-	0.401	-
ความต้องการความสำเร็จ (NFA)	0.098	-	-	-
ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA)	0.012	-	0.208	-

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

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล พบว่า การคิดเชิงนวัตกรรม (IN) และความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความต้องการความสำเร็จ (NFA) (β=0.491, t=7.006, p=0.000) และ (β=0.353, t=4.943, p=0.000) ตามลำดับ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (β=0.196, t=2.805, p=0.005) และ (β=0.141, t=2.745, p=0.006) ตามลำดับ นอกจากนี้ ความต้องการความสำเร็จ (NFA) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (β=0.400, t=3.258, p=0.001)

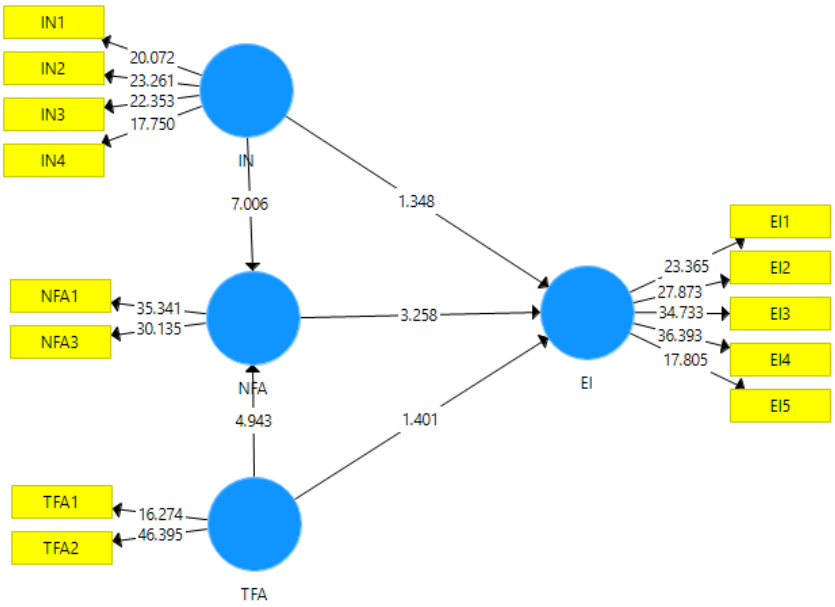
ในขณะที่การคิดเชิงนวัตกรรม (IN) และความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (TFA) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ (EI) (β=0.169, t=1.348, p=0.178) และ (β=-0.120, t=1.401, p=0.162) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 7

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)	ตัวแปรสาเหตุ (Antecedents Variables)		
					IN	NFA	TFA
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ฯ (EI)	0.217	0.201	0.134	ทางตรง	0.169	0.400*	-0.120
				ทางอ้อม	0.196*	-	0.141*
				รวม	0.365	0.400	0.021
ความต้องการความสำเร็จ (NFA)	0.520	0.514	0.353	ทางตรง	0.491**	-	0.353**
				ทางอ้อม	-	-	-
				รวม	0.491	-	0.353

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05; **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001*

สำหรับการวิเคราะห์ค่าสถิติ t ซึ่งต้องมีนัยสำคัญคือ |t| >= 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามภาพที่ 3 เป็นไปตามการอภิปรายผลตามการทดสอบสมมติฐาน โดยการคิดเชิงนวัตกรรมและความอดทนต่อความไม่ชัดเจนส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ นอกจากนี้ ความต้องการความสำเร็จยังส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งผลแสดงค่าสถิติ t ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่วิเคราะห์ได้จากโปรแกรม SmartPLS แสดงค่า t-value

อภิปรายผล

ผลที่ได้รับจากการวิจัย พบว่า การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จในการผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจส่วนใหญ่มีความชื่นชอบที่จะเปลี่ยนแปลงหรือสร้างวิธีการทำงานใหม่ ๆ หรือมักจะพบโอกาสจากปัญหาที่เกิดขึ้นและประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหานั้นอยู่เสมอ รวมถึงการเป็นบุคคลที่มีการค้นหาแนวทาง วิธีการใหม่ ๆ ไว้ใช้สำหรับการแก้ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต ส่งผลให้เป็นกลุ่มบุคคลที่กล้าคิดสิ่งใหม่ ๆ หรือวิธีใหม่ ๆ ที่จะสามารถตอบโจทย์ธุรกิจใหม่อย่างธุรกิจบนโลกดิจิทัล (Step Academy, 2018) ประกอบกับการมีความทะเยอทะยานในการทำงานหรือทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จ โดยการนำวิธีการคิดในเชิงนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับแนวโน้มการดำเนินธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lucell (2011) พบว่าการคิดในเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความต้องการความสำเร็จ โดยการคิดในเชิงนวัตกรรมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความคิดที่สร้างสรรค์และนำมาซึ่งการสรรค์สร้างผลงานให้ออกมาได้อย่างแปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการความสำเร็จในการประกอบการทางธุรกิจ

และยังพบว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญรองลงมาที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จในการผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจที่มีความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือ ไม่มีความแน่นอน หรือปราศจากแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน จะส่งผลให้เป็นบุคคลที่อุปนิสัยอดทน พยายามทุกวิถีทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเองภายใต้สถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความเสี่ยง ทั้งนี้ เพราะว่าเชื่อว่าตนเองมีความสามารถในวางแผนเพื่อดำเนินงานทางธุรกิจจนประสบความสำเร็จได้ในอนาคต ซึ่งความอดทนต่อความไม่ชัดเจนด้วยการวางแผนในการทำงานอย่างเป็นระบบสำหรับเตรียมพร้อม

รับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถือว่าเป็นคุณสมบัติที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการที่จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ (อริญญา เถลิงศรี, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Eghbal et al. (2013) พบว่าความสามารถหรือความอดทนในการจัดการกับปัญหาที่มีความคลุมเครือและไม่ชัดเจนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพราะว่าการที่บุคคลสามารถจัดการกับสิ่งที่ไม่มีความชัดเจนหรือรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่มีความแน่นอนได้นั้น เป็นผลมาจากความเชื่อมั่นในตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ตามแผนการที่วางเอาไว้

นอกจากนี้ ยังพบว่าความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ ที่มีอุปนิสัยชอบความท้าทายหรือความแปลกใหม่ ทั้งยังเห็นคุณค่าของการทำงานให้ประสบความสำเร็จและสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเอง เป็นผลให้บุคคลเหล่านี้จะมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จและมีความรับรับผิดชอบต่องานมากขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาความรู้ต่าง ๆ เพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงานหรือประกอบการธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramayah & Harun (2005) พบว่าความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในประเทศมาเลเซีย และ Tong et al. (2011) พบว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อระดับความตั้งใจของบุคคลในการเป็นผู้ประกอบการ โดยบุคคลที่มีระดับของความต้องการความสำเร็จสูงจะส่งผลให้ระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ Ferreira et al. (2012) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าความต้องการความสำเร็จนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ในขณะที่การคิดเชิงนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจไม่ได้ให้ความสำคัญกับความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ด้วยวิธีการหรือรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมา หรืออาจกล่าวได้ว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจนั้น ยังขาดความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงหรือสร้างวิธีการทำงานใหม่ ๆ ขึ้นมา รวมทั้งยังขาดทักษะในการมองเสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ เช่น ทักษะด้านการออกแบบ หรือการคิดอย่างแตกต่างเพื่อที่จะสร้างธุรกิจใหม่ ๆ บนโลกดิจิทัลขึ้นมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Carland et al. (1989) พบว่า บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือบุคคลที่มีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการมักจะเป็นบุคคลที่มีความคิดในเชิงนวัตกรรม มีความสร้างสรรค์ ซึ่งมีความแตกต่างจากบุคคลทั่วไป

และยังพบว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ยังคงมีปฏิกิริยาเพื่อหลีกเลี่ยงต่อสิ่งที่มีความคลุมเครือ หรือสถานการณ์ที่มีความไม่ชัดเจนในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Whetten (2000); Ogunleye et al. (2014) พบว่า บุคคลที่มีความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือในระดับที่ต่ำ หรือไม่มีความชื่นชอบต่อความท้าทายในการจัดการกับปัญหาที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน มักจะมีปฏิกิริยาตอบสนองเพื่อ

หลีกเลี่ยงต่อเหตุการณ์ดังกล่าว อันเนื่องมาจากขาดการบ่งบอกถึงรายละเอียดในการทำงานหรือการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและเป็นขั้นตอน ส่งผลให้ระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นลดลงตามไปด้วย (Markman & Baron, 2003; McMullen & Shepherd, 2006)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ โดยสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยามาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ นอกเหนือจากการคิดเชิงนวัตกรรม และความอดทนต่อความไม่ชัดเจนที่ส่งผลต่อความต้องการความสำเร็จ และความต้องการความสำเร็จที่ส่งผลความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ แล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหรือไม่ จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติของงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจนั้น มีค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.217 ซึ่งค่านี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 21.70 กล่าวอีกนัยหนึ่ง นั่นคือ ยังมีอีกถึงร้อยละ 78.30 ที่อาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจได้

2. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ หน่วยงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า พบว่า การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลเชิงบวกต่อความต้องการความสำเร็จ รองลงมาคือ ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน ดังนั้น สถาบันทางการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาหรือผู้เรียนมีพัฒนาการทางด้านความคิดที่สร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่ความคิดที่มีความเป็นนวัตกรรม และการฝึกทักษะจากการศึกษานอกห้องเรียน เพื่อให้รับมือกับสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ มีทักษะและความสามารถในการจัดการกับความไม่แน่นอนหรือการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการจัดฝึกอบรมในเรื่องของความเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ สำหรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการประกอบการธุรกิจบนโลกดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

2.2 จากผลการวิจัย พบว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ดังนั้น สถาบันทางการศึกษาหรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการอบรม หรือจัดกิจกรรมการเรียนการ

สอน เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาได้ฝึกการคิดอย่างมีสติปัญญา เป็นระบบ มุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ หรือการฝึกความพร้อมเพื่อให้เกิดความทุ่มเทในการทำงาน การเรียนรู้ความผิดพลาดจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อให้มีความสามารถในการแก้ไขความผิดพลาดเหล่านั้น และเป็นแรงผลักดันไปสู่ความสำเร็จ ตลอดจนให้แนวคิดในการทำธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างไร จึงจะประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ที่ประสบความสำเร็จ และเป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมบนโลกดิจิทัลของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจโดยเลือกใช้ 3 ปัจจัย จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychological Characteristics) ได้แก่ การคิดเชิงนวัตกรรม ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน และความต้องการความสำเร็จ มาใช้อธิบายถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ซึ่งในอนาคตอาจจะมีปัจจัยจากแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่ออธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากจากความคิดเห็นของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านการบริหารธุรกิจ ไม่ได้ศึกษาวิเคราะห์ระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ไม่ได้เก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรทางด้านการบริหารธุรกิจจากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ที่อาจจะต้องมีความซับซ้อนและใช้เวลาในการวิจัยมากยิ่งขึ้น และงานวิจัยดำเนินการวิจัยในประเทศไทย ดังนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการอ้างอิง ต้องระมัดระวังถึงข้อจำกัดทางด้านประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปด้วย

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลาย ๆ แนวทางดังนี้

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

2. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ เช่น ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การสนับสนุนทางสังคม และการสนับสนุนทางการศึกษา เป็นต้น

3. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรุ่นเยาว์ของนักศึกษาในสาขาวิชาอื่น ๆ นอกเหนือจากการบริหารธุรกิจ ในประเทศไทยต่อไป

References

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). Marketing research. New York: John Wiley & Son.

Ahmed, I., Nawaz, M. M., Ahmad, Z., Shaukat, M. Z., Usman, A., Rehman, W., & Ahmed, N. (2010). Determinants of students entrepreneurial career intentions: Evidence from business graduates. European Journal of Social Sciences, 15(2), 14-22.

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

Ali, I. (2019). Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life. Journal of Innovation & Knowledge 4(1), 38-46.

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

Bhushan, L. I., & Amal, S. B. (1986). A situational test of intolerance of ambiguity. Psychologia: An International Journal of Psychology in the Orient, 29(4), 254-261.

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

Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. Academy of Management Journal, 23(3), 509-520.

Carland, J. W., Carland, A. C., & Aby, C. D. (1989). An assessment of the psychological determinants of planning in small business. International Small Business Journal, 7(4), 23-34.

Charles, S.C., & Michael, F.S. (2012). Perspective on Personality. Pearson: United States of America, P.89

Christos, N., & Kleanthis K., (2011). Tolerance of ambiguity and emotional attitudes in a changing business environment, Journal of Strategy and Management, 4(1), 44 –61.

Dinis, A., Paço, A.F., Ferreira, J., Raposo, M., & Rodrigues, R.G. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. Education+Training, 55(8/9), 763-780.

Eghbal Zarei, Hossien Zainalipour, & Laleh Shaverdi Shahraki. (2013). Relationship between Achievement Motivation and Ambiguity Tolerance with Entrepreneurshipamong Students in Hormozgan University. Journal of Educational and Management Studies, 3(2), 167-172.

Espiritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: comparing psychological theories on entrepreneurial intention", Journal of Business Research, 68(7), 1595-1598.

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. Behavior ResearchMethods, 39(2), 175–191.

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.

Grønhaug, K., & Kaufmann, G. (1988). Innovation: A cross-disciplinary perspective (pp. 87-137). Oslo 6, Norway: Norwegian University Press.

Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. Annals of Tourism Research, 37(3), 646-669.

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.

Hamidi, D., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. Journal of Small Business and Enterprise Development, 15(2), 304-320.

Kirton, M.J. (1981). A reanalysis of two scales of tolerance of ambiguity, Journal of Personality Assessment, 45, 407-14.

Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. Journal of Managerial Psychology, 11(3), 12-25.

Kruebmas, Y. (2008). khwāmsamkhan khǭng phūprakǭpkān nai patčhuban [The importance of entrepreneur in the world today]. FEU ACADENIC REVIEW, 1(2): 45-51.

Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Casrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 15(5-6), 411-432.

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.

Lucell, A. Larawan. (2011). EMPLOYEE INNOVATIVENESS AND ACHIEVEMENT MOTIVATION: A PUBLIC AND A PRIVATE ORGANIZATION'S EXPERIENCE. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT STUDIES, 3(2), 145-155.

Lumpkin, G. T., & Gregory, G. D. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. The Academy of Management Review, 21(1), 135-172.

Malisuwarn, S., Prawatrungrueng, P., Chailertwanichkul, P., Dumrongpong, N., & Prapakamon, A. (2015). kān̄phatthanā̄ prathē̄t dūai sē̄tthakit dičhithan [National development with digital economy]. National Defence Studies Institute Journal, 6(3): 14-18.

Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person- entrepreneurial fit: Why some people are more successful as Entrepreneurs than others. Human Resource Management Review, 13(2), 281-301.

McClelland, D. C. (1961). The achieving society. Princeton, NJ: Van Nostrand.

McMullen, J. S., & Shepherd, D. A (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the Entrepreneur. Academy of Management Review, 31(1), 132-152.

O'Regan N., & Ghobadian A. (2005). Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions. International Journal of Productivity and Performance Management, 54(2), 81-97.

Ogunleye, Adedeji J., & Osagu, Judith C. (2014). Self-Efficacy, Tolerance for Ambiguity and Need for Achievement as Predictors of Entrepreneurial Orientation among Entrepreneurs in Ekiti State, Nigeria. European Journal of Business and Management, 6(17), 240-250.

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.

Posriwangchai, P. (2018). Digital Entrepreneurship lō̄k mai phūprakō̜pkān̄ mai [Digital Entrepreneurship - A New World, a New Generation of Entrepreneur]. Retrieved April 9, 2019 from https://www.the101.world/digital-entrepreneurship/

Ramayah, T., & Harun, Z. (2005). Entrepreneurial intention among the students of Universiti Sains Malaysia (USM). International Journal of Management and Entrepreneurship, 1(1), 8-20.

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

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.

Scarborough, N.M. (2011). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 6th ed., Pearson Education Limited, Edinburgh Gate.

Schere, J. (1982). Tolerance of ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers, Proceedings Paper in Academy of Management Best, 42, 404–408.

Step Academy. (2017). hā Business Model plǣk mai thī̄ kœ̄t khưn nai yuk Digital Transformation [5 Exotic Business Models that Arise in the Digital Transformation Era]. Retrieved April 9, 2019 from https://stepstraining.co/entrepreneur/5-business-model-digital-transformation –era

Talerngsri, A. (2017). mūa lō̄k plīan phū nam tọ̄ng plīan lō̄k [When the world changes, leaders must change the world.]. Retrieved April 9, 2019 from https://www.theviable.co/why-leaders-need-to-change/

Tateh, O., Latip, H.A., & Awang Marikan, D.A. (2014). Entrepreneurial intentions among indigenous Dayak in Sarawak, Malaysia: an assessment of personality traits and social learning. The Macrotheme Review, 3(2), 110-119.

Thai SMEs Center. (2016). hā hētphon ! thammai tọ̄ng pen phūprakō̄pkān mai [5 reasons! Why must be a new entrepreneur]. Retrieved April 10, 2019 from http://www.thaismescenter.com/5-ทำไมต้องเป็น-ผู้ประกอบการ-ใหม่/

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

Tong, X.F., Tong, D.Y.K., & Loy, L.C. (2011). Factor influencing entrepreneurial intentions among university students. International Journal of Social Sciences and Humanity Studies, 3(1), 487-496.

Whetten, D., Cameron, K., & Woods, M. (2000). Developing management skills for Europe (2nd ed.). Harlow: Pearson Education.

Wikisource. (2018). phūprakō̄pkān dichithan [Digital Entrepreneurship]. Retrieved April 9, 2019 from https://1th.me/o2cf

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. Journal of Business Venturing, 20(1), 71–91.

World Economic Forum on ASEAN. (2018). ASEAN 4.0: Entrepreneurship and the Fourth Industrial Revolution. Retrieved May 21, 2019 from http://www3.weforum.org/docs/WEF_ASEAN18_Report.pdf