

ตัวแบบเส้นทาง PLS ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ

The PLS Path Model Affecting the Entrepreneurial Intention on Digital Platform of BBA Students

Received: August 10, 2019

Revised: October 28, 2019

Accepted: November 5, 2019

ธาดาทิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)*

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องตัวแบบเส้นทาง PLS ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในหลักสูตรการบริหารธุรกิจในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยเทคนิควิธี Partial Least Square (PLS) และการพรรณนาข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ แรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ต่างมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายผลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ ได้ ร้อยละ 55.60 ($R^2 = 55.60$, $R^2_{adj} = 55.20$) จากผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการเพิ่มระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ โดยผ่านแรงจูงใจภายในและภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่เกิดจากบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ และบุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์

คำสำคัญ: ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ, แพลตฟอร์มดิจิทัล, นักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ

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

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

Abstract

To study the PLS model affecting the entrepreneurial intention on digital platform of BBA students. The objectives of this study are factors that has causal relationship with entrepreneurial intention on digital platform of BBA students. The samples are 400 undergraduate students in business management program in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan province. The research instrument was a questionnaire. In the process of data analysis, Partial Least Square (PLS) technique was used to investigate the structural equation modeling and descriptive statistics were used to analyze.

The research found that the conscientiousness, agreeableness, openness to experience, emotional stability, intrinsic professional entrepreneurial motivation, extrinsic professional entrepreneurial motivation had causal relation with entrepreneurial intention on digital platform of BBA students. The structural equation model can explain the entrepreneurial intention on digital platform of BBA students at 55.60 percent ($R^2 = 0.556$, $R^2_{adj} = 0.552$). The results of this research are beneficial to educational institutions, business incubators and stakeholders to increase the entrepreneurial intention on digital platform of BBA students through the intrinsic and extrinsic professional entrepreneurial motivation by the conscientiousness, agreeableness, openness to experience, and emotional stability.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Digital Platform, BBA Students

บทนำ

ผลจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวน การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสภาวะการแข่งขันในตลาดแรงงานที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน อาชีพผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Entrepreneur) ซึ่งหมายถึง เจ้าของธุรกิจที่มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเข้มข้น เพื่อพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการ การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตลอดจนการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางเทคโนโลยีมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจแบบเดิม (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2558) เพื่อปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบไปยังผู้บริโภคให้มีความหลากหลาย เชื่อมโยง และสามารถปรับการบริการให้เข้ากับความต้องการใหม่ ๆ ของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว ซึ่งส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบการสร้างธุรกิจที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ (Startup) ที่เป็นรูปแบบการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก เน้นการจัดการให้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด (Exponential Growth) ในระยะเวลาอันสั้นจากการระดมทุนและร่วมทุน และเป็นหนึ่งในหนทางที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยทางภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนไทยมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองนโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) โดยผลักดันการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัลและ

นวัตกรรม เพื่อสร้างการลงทุนในอนาคตบนความคาดหวังว่าจะช่วยให้ประเทศไทยหลุดจากการเป็นประเทศรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturing: OEM) (ภาคภูมิ ฤกษ์เมธ, 2561)

ผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาและสร้างรากฐานอันมั่นคงให้แก่ระบบเศรษฐกิจได้ (Bosma, Wennekers and Amorós, 2012) สำหรับประเทศไทยนั้น โดยปกติผู้ประกอบการมักเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกลาง ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การจ้างงานในพื้นที่ และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ โดยในปี 2561 ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 3,046,793 ราย ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจภาคบริการ การผลิต และการค้าปลีกและการค้าส่ง ตามลำดับ เมื่อพิจารณาภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2561 ยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 1.30 เมื่อเทียบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.78 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 14,785,172 คน คิดเป็นร้อยละ 78.48 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดในประเทศ โดยผลผลิตมวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่าเท่ากับ 6,551,718 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.40 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) ทำให้สามารถกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

ทั้งนี้ นอกจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการที่ต้องมีความเป็นนวัตกรรมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ความกล้าเสี่ยง และการชื่นชอบแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจแล้ว อีกส่วนที่สำคัญก็คือบุคลิกภาพที่ส่งเสริมต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งในปัจจุบันได้มีแนวคิดที่ได้มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวาง คือ แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของแมคเกรและคอสตา (McCrae and Costa, 2008) ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพแบบเปิดเผย ยึดมั่นในหลักการ เปิดใจสู่การเรียนรู้ ประนีประนอม และมั่นคงทางอารมณ์ โดยผลจากการศึกษาถึงความเป็นผู้ประกอบการในอดีตนั้น ได้ยืนยันถึงความสำคัญของปัจจัยบุคลิกภาพว่าเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล (Leutner, Ahmetoglu, Akhtar and Chamorro-Premuzic, 2014) และ Zhao, Seibert and Hills, 2005) ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ เปิดใจสู่การเรียนรู้ มั่นคงทางอารมณ์ และประนีประนอม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ Kautonen, Van Gelderen and Tomikoski (2013)) และ Shirokova, Osiyevskyy and Bogatyreva (2016) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง ทั้งนี้เพราะว่าบุคลิกภาพและแรงจูงใจนั้น มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแสวงหาโอกาสและความเป็นไปได้ทางธุรกิจ รวมทั้งพฤติกรรมในการแสวงหาแหล่งเงินทุน เพื่อที่จะเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง (Trautwein, Lüdtke, Roberts, Schnyder and Niggli, 2009; Vasalampi et al., 2014) ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจในการศึกษาว่าบุคลิกภาพและแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ร่วมกันอย่างไร

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจยังมีอยู่อย่างจำกัดในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาตัวแบบเส้นทาง PLS ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลและแนวทางการเสริมสร้างความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ โดยผลการวิจัยเป็นการแสดงข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา และธุรกิจ นำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหม่ เพื่อให้ได้ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เกิดแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหม่ที่มีความเป็นมืออาชีพ รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเข้มข้น ในการพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการ การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตลอดจนการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางเทคโนโลยีมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจแบบเดิม ซึ่งจะสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนขับเคลื่อนเศรษฐกิจในรูปแบบดิจิทัลของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจบนตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุด

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปที่ละตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่แสดงถึงความอบอุ่น เป็นมิตร ชอบอยู่รวมเป็นกลุ่ม และกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะให้ได้รับรางวัลตอบแทนในรูปแบบของการยอมรับและเป็นที่รู้จักของคนในสังคม (McCrae and Costa, 2008) จากการศึกษาของ โคมาราร์จู และ คาร์วาร์ (Komarraju and Karau, 2005) พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดเผยตนเองส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากคาดการณ์ว่าจะทำให้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากคนในสังคมอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ หวัง หลิน และเหลียว (Wang, Lin and Liao, 2012) (2012) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตนเองทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ถึงผลิตผลในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยความผลิตผลเป็นแรงจูงใจภายในที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ในระดับบุคคล

บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ (Conscientiousness) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่แสดงถึงการเข้าใจตนเองว่าเป็นผู้มีความสามารถ มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ มุ่งสัมฤทธิ์ผล มีความคิดและความรอบคอบในการทำงาน (McCrae & Costa, 2008) จากการศึกษาของ Judge, Higgins, Thoresen and Barrick (1999) พบว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการส่งผลเชิงบวกต่อความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานเพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนทางด้านกายภาพ อาทิ การได้รับเงินเดือนที่สูงขึ้น การเลื่อนตำแหน่งงาน และการมีสถานะทางสังคมที่ดีขึ้น โดย Abuhamdeh and Csikszentmihalyi (2009) ได้ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลเชื่อมั่นในหลักการว่าตนเองมีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในระดับที่สูงส่งผลเชิงบวกให้บุคคลเกิดแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่จะเริ่มต้นอยากทดลองประกอบการธุรกิจบนโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ มิลแมน, ลี, แมทเลย์ และหวัง (Millman, Li, Matlay, and Wong, 2010) ยังพบว่า ผลจากการพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารยังได้ลดอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์ส่งผลให้บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการเกิดแรงจูงใจภายในและภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่มากยิ่งขึ้น

บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ (Openness to Experience) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่แสดงถึงความเป็นคนที่มีจินตนาการ ปรารถนาที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ประสบการณ์ใหม่ ๆ เปิดกว้างทางความคิด มีเหตุผล และยอมรับในความแตกต่าง (McCrae and Costa, 2008) ผลจากการศึกษาของ โคมาราร์จู และคารัวร์ (Komarraju and Karau, 2005) พบว่า การที่บุคคลปรารถนาที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยการเปิดกว้างทางความคิด มีเหตุผล และยอมรับในความแตกต่าง ส่งผลเชิงบวกให้เกิดแรงจูงใจภายในจิตใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจแบบออนไลน์ ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์นั้น มีความท้าทายต่อความรู้ จินตนาการ รวมทั้งยังประกอบไปด้วยกิจกรรมใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลาย สามารถสร้างความเพลิดเพลินทางอารมณ์ ความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่แสดงถึงความสุภาพอ่อนโยน ให้ความจริงใจและไว้วางใจต่อผู้อื่น เป็นคนมีน้ำใจชอบช่วยเหลือผู้อื่น และเห็นประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน (McCrae & Costa, 2008) ซึ่งในบริบทของการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์นั้น ก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับคนส่วนใหญ่เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นอำนวยความสะดวกสบายในการเข้าถึงหน้าร้าน และการนำเสนอด้วยราคาสินค้าที่ถูกกว่าตลาดทั่วไป (Lin, 2003) โดยจากการศึกษาของ Jayawarna, Rouse and Kitching (2013) พบว่า บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มที่จะเกิดแรงจูงใจจากภายในจิตใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบนโลกออนไลน์

บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่มีจิตใจสงบและหนักแน่น ควบคุมแรงกดดันภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี และจัดการกับความเครียดได้เป็นอย่างดี (McCrae & Costa, 2008) จากการศึกษาของ โบลเจอร์, เดลลองกิส, เคสเลอร์ และชิลลิง (Bolger, DeLongis, Kessler and Schilling, 1989) พบว่า การที่บุคคลมีความสามารถในการจัดการกับแรงกดดันภายใต้สถานการณ์ต่าง ส่งผลเชิงบวกต่อการก่อให้เกิดแรงจูงใจจากภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจดิจิทัลรายใหม่

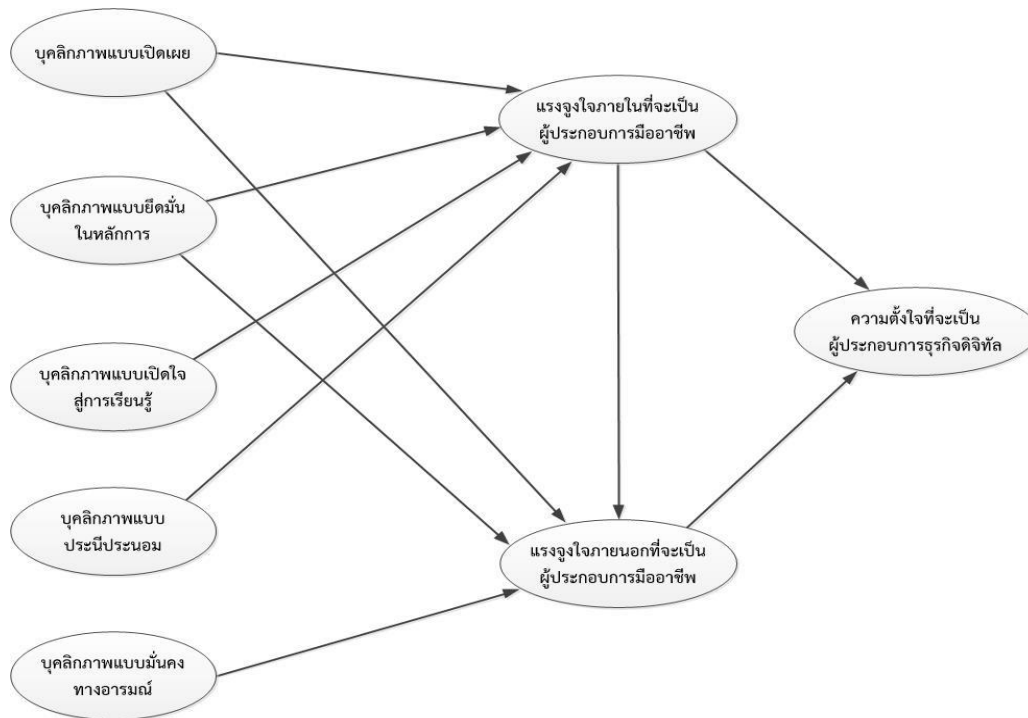
เป็นของตนเองมากยิ่งขึ้น สืบเนื่องมาจากความต้องการที่จะแสดงออกให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่มีความท้าทายต่อความสามารถของตนเอง และความปรารถนาที่จะได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้จากผลประกอบการ รวมทั้งการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (Professional Entrepreneurial Motivation) หมายถึง การที่บุคคลที่จะเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ขึ้นมา มองเห็นโอกาสทางธุรกิจหรือมีความต้องการเป็นอิสระ เป็นนายตนเอง และควบคุมตนเอง ในขณะที่แรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพนั้น เป็นผลมาจากแรงกดดันและความจำเป็นอันเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น การต้องการค่าตอบแทนเป็นตัวเงินที่คุ้มค่า และการได้รับการยอมรับจากคนในสังคม เป็นต้น (Plant and Ren, 2010) จากการศึกษาของ ยู, ฮัน และหวง (Yoo, Han and Huang, 2012) พบว่า การที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีและได้รับแรงกดดันจากกลุ่มอ้างอิงทางสังคม หรือความพร้อมในการทำสิ่งต่าง ๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการก่อให้เกิดแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่จะมีความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมในการทำกิจกรรมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ Hau, Kim and Lee (2013) ยังพบว่า ความเพลิดเพลินใจหรือรู้สึกสนุกสนานที่ได้ทำกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบ การได้รับรางวัลตอบแทน และการสร้างสัมพันธภาพที่ดีร่วมกันระหว่างเพื่อนร่วมงานยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมของบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดย เลียว เวลช์ และพิสทริุย (Liao, Welsch and Pistrui, 2011) ได้ชี้ให้เห็นว่าในบริบทของความเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจนั้น แรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตและอยู่รอดของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ หวัง ลิน เย่ ลี และลี่ (Wang, Lin, Yeh, Li and Li, 2016) ยังพบว่าแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ขึ้นมา

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Entrepreneurial Intention on Digital Platform) หมายถึง ความตั้งใจ มุ่งมั่น มุ่งหมาย หรือริยาพฤติกรรมที่จะเริ่มต้นประกอบการธุรกิจของตนเองและมีการศึกษาถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยการสร้างกระบวนการนำเอาทรัพยากรมาแปรสภาพเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ และเริ่มต้นความคิดในสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มีคุณภาพเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้อย่างยั่งยืน (Schumpeter, 2008; Crant, 1996; Krueger, 1993) กล่าวคือ ผู้ประกอบการดิจิทัลเป็นหมวดหมู่ย่อยหมวดหนึ่งของผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจโดยการเปลี่ยนผ่านในบริบทของดิจิทัลในบางส่วนของธุรกิจหรือทั้งหมด (Hull, Hung, Hair and Perotti, 2007)) ทั้งนี้ผู้ประกอบการดิจิทัลจะเน้นการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจบนพื้นฐานของการใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอื่น ๆ เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานโดยระดับของการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการดิจิทัลนั้น จะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ที่ถูกใช้เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ (Davidson and Vaast, 2010) โดยในการศึกษารั้งนี้ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น จะหมายถึงการกำหนดความตั้งใจเจตนาของผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ในการประเมินถึงโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเริ่มต้นการเป็นเจ้าของธุรกิจรูปแบบใหม่ด้วยตนเองบนโลกดิจิทัล และไม่ได้เน้นถึงความมุ่งมั่นของแต่ละบุคคลและความตั้งใจที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจดิจิทัลที่มีอยู่หรือเพื่อเริ่มต้นธุรกิจดิจิทัลใหม่ ๆ สำหรับองค์กรหรือนายจ้าง (Zhao, Seibert and Hills, 2005)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรการบริหารธุรกิจ จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับและของรัฐในเขตจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรตามสูตรของ Hair et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีชี้วัด ในการศึกษาวิจัยนี้แบบสอบถามมีจำนวนข้อคำถาม 28 ข้อคำถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 280 ตัวอย่าง และงานวิจัยในอดีตได้แนะนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM คือ จำนวนระหว่าง 100-200 ตัวอย่าง (Ringle, Götz, Wetzels and Wilson, 2009; Hair, Hult, Ringle and Sarstedt, 2013; Sarstedt, Ringle, Smith, Reams and Hair, 2014) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 280 ตัวอย่าง และเพื่อให้มีจำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ (Henseler, Hubona and Ray, 2016) จึงใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

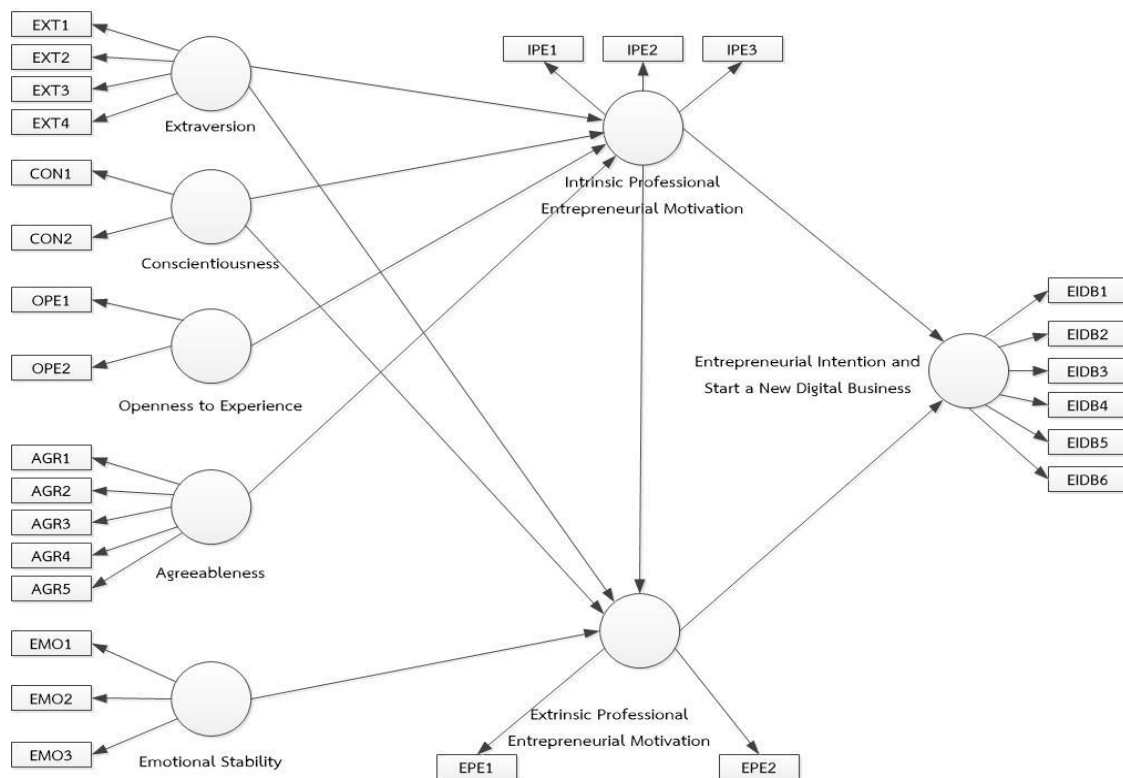
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพ และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีอาชีพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ โดยลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.50 เพื่อแสดงว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่มุ่งวัด (Rovinelli and Hambleton, 1977) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด โดยมีค่าระหว่าง 0.86 – 1.00 จากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเที่ยงเพียงพอ (Hair et al., 2014) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ค่าระดับความเที่ยงของตัวแปรในแบบสอบถามทั้งหมด 8 ตัวแปร ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด โดยมีค่าระหว่าง 0.760 – 0.895 รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งคือนักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรการบริหารธุรกิจ ในเขตจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบฟอร์มกูเกิล (Google Form) และสเปรดชีตกูเกิล (Google Spreadsheet) เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถาม และทำการกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเครือข่ายสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 หลังจากที่ได้รับคำตอบกลับของข้อมูลกลับมาในระบบออนไลน์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ โดยการนำข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างไปพิจารณาความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามเพื่อทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) ข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) การกระจายแบบปกติ (Normal) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) ซึ่งจากการทดสอบพบว่า ข้อมูลไม่มีส่วนใดขาดหาย มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทั้งหมด โดยมีการกระจายแบบเบ้ซ้ายที่มีความเบ้อยู่ในช่วงมากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างใช้เทคนิค Partial Least Square (PLS)

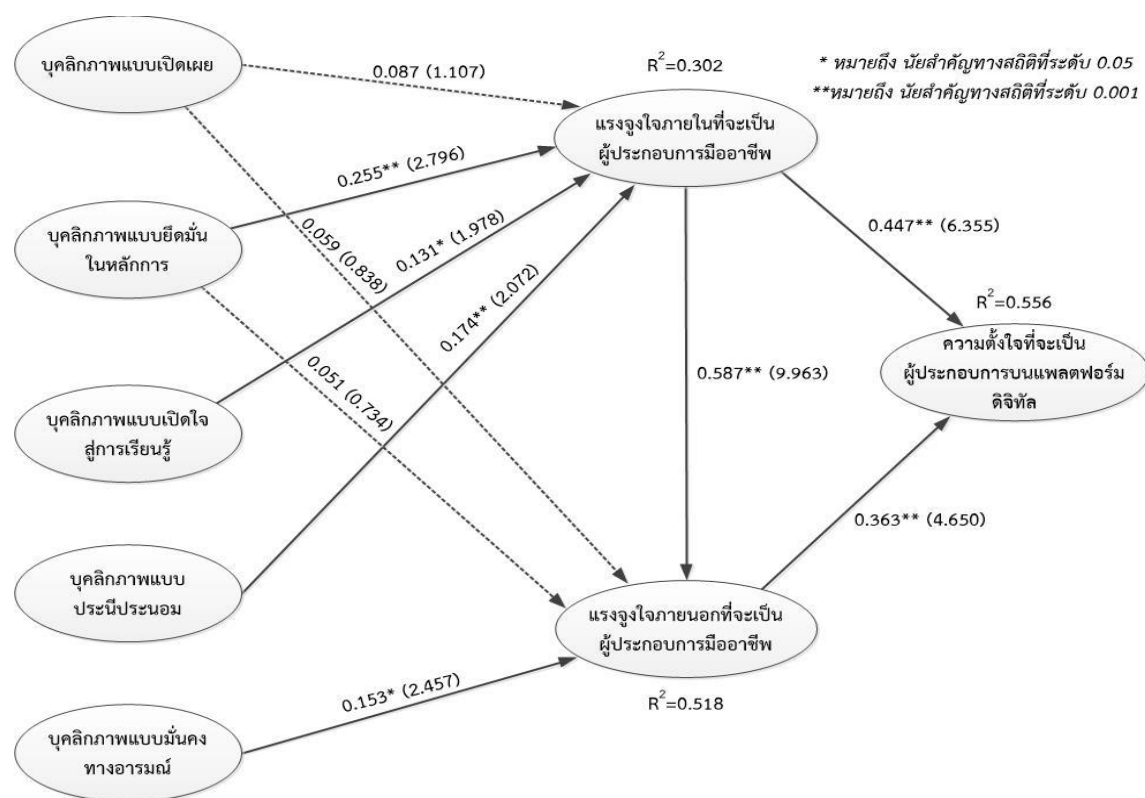
ผลการวิจัย

จากการทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจบนตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุด (Partial Least Squares Path Modeling: PLS Path Modeling) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นข้อยืนยันในตัวแปร สามารถเขียนในรูปโมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS 3.0 ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS 3.0 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ

จากภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจที่พัฒนาขึ้น เมื่อพิจารณาในส่วนของโมเดลการวัด (Measurement Model) พบว่า ในแต่ละองค์ประกอบของตัวแปรเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ (Conscientiousness) บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ (Openness to Experience) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability) แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (Intrinsic Professional Entrepreneurial Motivation) แรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (Extrinsic Professional Entrepreneurial Motivation) และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Entrepreneurial Intention on Digital Platform) ต่างมีความตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) หรืออาจเรียกว่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.870 ถึง 0.925 ซึ่งผ่านเกณฑ์ คือ มากกว่า 0.70 (Hair, et al., 2013) โดยค่าความผันแปรของค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้ (Average Variance Extracted) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.626 ถึง 0.817 ซึ่งผ่านเกณฑ์ คือ มากกว่า 0.50 (Hair, et al., 2013)

และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.752 ถึง 0.925 ซึ่งผ่านเกณฑ์ คือ มากกว่า 0.70 (Hair, et al., 2013)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจบนตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (IE=0.115) 2) บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยผ่านแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (IE=0.187) 3) บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยผ่านแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (IE=0.056) 4) แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยผ่านแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (IE=0.213) และ 5) แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ต่างมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (DE=0.447 และ DE=0.363 ตามลำดับ)

ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่า ตัวแบบเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ มีความตรง (Validity) (Joreskog and Sorbom, 1993) เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.556 หรือคิดเป็นร้อยละ 55.6 (0.556×100) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ย่อมถือได้ว่าตัวแบบ PLS ที่พัฒนาขึ้นนี้ มีความสามารถในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ ได้ดีและยอมรับได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุภายในตัวแบบเส้นทาง PLS

ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ							R^2
		EXT	CON	OPE	AGR	EMO	IPE	EPE	
แรงจูงใจ	DE	0.087 ^{ns}	0.255**	0.131**	0.174**				0.302
ภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการ	IE								
มืออาชีพ	TE	0.087	0.255	0.131	0.174				
(IPE)									

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ							R ²
		EXT	CON	OPE	AGR	EMO	IPE	EPE	
แรงจูงใจ	DE	0.059 ^{ns}	0.051 ^{ns}			0.153**	0.587*		0.518
ภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบ	IE	0.051 ^{ns}	0.150**	0.077**	0.102**				
การมืออาชีพ (EPE)	TE	0.110	0.201	0.077	0.102	0.153	0.587		
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบ	DE						0.447*	0.363*	0.556
จะเป็นผู้ประกอบ	IE	0.079 ^{ns}	0.187**	0.087 ^{ns}	0.115**	0.056**	0.213*		
การบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (EIDB)	TE	0.079	0.187	0.087	0.115	0.056	0.660	0.363	

หมายเหตุ: 1) DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE= Total Effect

2) EXT หมายถึง บุคลิกภาพแบบเปิดเผย, CON หมายถึง บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ, OPE หมายถึง บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้, AGR หมายถึง บุคลิกภาพแบบประนีประนอม, EMO หมายถึง บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์

3) * p<0.01, ** p<0.05, ns=ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

ในแต่ละองค์ประกอบของตัวแบบเส้นทาง PLS ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ บุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ แรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ถ้าหากนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจมีบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ พร้อมเปิดใจสู่การเรียนรู้ มีความประนีประนอม และมีความมั่นคงทางอารมณ์ จะก่อให้เกิดแรงจูงใจภายในและภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และมีแนวโน้มที่จะเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ปัจจัยบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจมากที่สุด คือ บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการผ่านแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ โดยบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจภายในที่จะ

เป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Abuhamdeh and Csikszentmihalyi (2009) และ Millman et al. (2010) พบว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจภายในของบุคคลที่จะเริ่มต้นสร้างธุรกิจออนไลน์เป็นของตนเอง โดยใช้เครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญในการประกอบการทางธุรกิจ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ โดยส่งผ่านแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่เกิดจากแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2016) พบว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจไซเบอร์ โดยผ่านแรงจูงใจภายนอกและภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจไซเบอร์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ และแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล นอกจากนี้แรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพและแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hau et al. (2013) พบว่า แรงจูงใจภายในและภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมของบุคคล ที่จะเริ่มต้นกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจ ซึ่งเลียวและคณะ (Liao et al., 2001) ที่ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในและภายนอกเป็นปัจจัยเชิงเหตุที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

โดยแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพและบุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์มีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยู และคณะ (Yoo et al., 2012) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจจากภายในตัวบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจภายนอกที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจ และผลการศึกษาของ โบลเจอร์ และคณะ (Bolger et al., 1989) ที่ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลมีความสามารถในการจัดการกับปัญหาภายใต้แรงกดดันจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ตนเองต้องเผชิญได้เป็นอย่างดี ส่งผลเชิงบวกต่อการก่อให้เกิดแรงจูงใจภายนอกที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม และบุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abuhamdeh และ Csikszentmihalyi (2009) และผลงานของ มิลแมน และคณะ (Millman et al., 2010) โดยกล่าวสรุปเป็นแนวทางเดียวกันว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจภายในของบุคคลที่จะเริ่มต้นสร้างธุรกิจบนโลกออนไลน์เป็นของตนเอง อย่างมีนัยสำคัญ และผลการศึกษาของ จายาวาร์นา และคณะ (Jayawarna et al., 2013) ที่ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพแบบประนีประนอมส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจภายในจิตใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ซึ่งโคมารร์ราจ และคาราว์ (Komarraju and Karau, 2005) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเพิ่มขึ้นของระดับแรงจูงใจภายในจิตใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพแบบยึดมั่นในหลักการผ่านแรงจูงใจภายในที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านบริหารธุรกิจมากที่สุด ดังนั้น สถาบันการศึกษา หรือศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่ ที่มีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพของกลุ่มนักศึกษาที่เป็นผู้ยึดถือหลักการเหตุผล ยืนหยัดรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย และมุ่งความสำเร็จ โดยการจัดการเรียนการสอนผ่านกรณีศึกษาต่าง ๆ ร่วมกับสถานการณ์ประกอบการ เพื่อทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสในการทำงานภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริง ได้ลงมือแก้โจทย์ปัญหาทางธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความท้าทายต่อความรู้ ความสามารถ ตามที่ได้รับมอบหมายจากสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมในการจูงใจให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงผลตอบแทนที่ตนเองจะได้รับกลับมา เช่น การสนับสนุนแหล่งเงินทุนสำหรับการนำธุรกิจไปต่อยอดในอนาคต การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ การได้รับการยกย่อง และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นต้น ซึ่งจะทำให้กลุ่มนักศึกษาดังกล่าวเกิดแรงจูงใจภายในในการมุ่งมั่นเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลมากยิ่งขึ้น พัฒนาความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่สร้างนวัตกรรมทางธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งมอบสินค้าหรือบริการที่สร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้กับผู้บริโภค และเหนือกว่าผู้ประกอบการแบบดั้งเดิม และท้ายที่สุดเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่บนโลกดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย อันจะส่งผลให้กลายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่ที่เป็นกำลังขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยให้เจริญเติบโตและก้าวหน้าต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

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

2) ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา ความต้องการความสำเร็จ ความสามารถทางนวัตกรรมส่วนบุคคล และตัวแปรแทรกอื่น ๆ เช่น สมรรถนะทางด้านเทคโนโลยี และความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นต้น

3) นำกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ไปศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในสาขาวิชา และภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและมีความหลาย เพื่อนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของนักศึกษาในสาขาวิชา และภูมิภาคอื่น ๆ ซึ่งจะสามารถเป็นกลไกสำคัญในขับเคลื่อนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนเศรษฐกิจในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศได้ต่อไปในอนาคต

References

- Abuhamdeh, S., & Csikszentmihalyi, M. (2009). Intrinsic and extrinsic motivational orientations in the competitive context: An examination of person-situation interactions. *Journal of Personality*, 77(5), 1615-1635.
- Bolger, N., DeLongis, A., Kessler, R.C., & Schilling, E.A. (1989). Effects of daily stress on negative mood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5), 808-818.
- Bosma, N., S. Wennekers, & J. E. Amorós. (2012). Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report: Entrepreneurial Employees Across the Globe. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo, Kuala Lumpur, Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak, London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.
- Crant, J.M. (1996). The Proactive Personality Scale as a predictor for entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences – 2010, 1-10.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- 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.
- Hau, Y.S., Kim, B., Lee, H., & Kim, Y.-G. (2013). The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. *International Journal of Information Management*, 33(2), 356-366.
- Henseler, J., Hubona, G. & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20.
- Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., & Perotti, V. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.
- Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31, 34-56.
- Joreskog, K., & Sorbom, D. (1993) LISREL 8: Structural Equation Modelling with the SIMPLIS Command Language. Scientific Software International Inc., Chicago.

- Judge, T. A., Higgins, C., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The Big Five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel Psychology*, 52, 621–652.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., Tornikoski, E.T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behavior. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Komarraju, M., & Karau, S.J. (2005). The relationship between the big five personality traits and academic motivation. *Personality and Individual Differences*, 39(3), 557-567.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 5-21.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP). (2017). รายงานสถานการณ์ SME ปี 2560 [SME situation report 2018]. Retrieved August 10, 2019 from <http://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the big five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58-63.
- Liao, J., Welsch, H.P., & Pistrui, D. (2011). Environmental and individual determinants of entrepreneurial growth: An empirical examination. *Journal of Enterprising Culture*, 9(3), 253-272.
- Lin, C.C. (2003). A critical appraisal of customer satisfaction and e-commerce. *Managerial Auditing Journal*, 18(3), 202-212
- McCrae, R.R., & Costa, P.T., Jr. (2008). The five-factor theory of personality. O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: theory and research* (3rd ed.), Guilford Press, New York, NY.
- Millman, C., Li, Z., Matlay, H., & Wong, W.C. (2010). Entrepreneurship education and students' internet entrepreneurship intentions: Evidence from Chinese HEIs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 569-590.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2015). รายงาน 'ai sithichapmusapha'utsahakam phlak dan nayobai Digital Economy pai suphak 'utsahakam [Ministry of ICT Join hands with the Industry Council Pushing the Digital Economy policy to the industrial sector]. Retrieved August 10, 2019 from <http://www.mdes.go.th/view1/ข่าวกระทรวงฯ/ข่าวกระทรวง/1088/>

- Plant, R., & Ren, J. (2010). A comparative study of motivation and entrepreneurial intentionality: Chinese and American perspectives. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(2), 187-204.
- Rukhamate, P. (2018). An Appropriate Ecosystem for Startup Foundation and Retention: A Synthesis of Population Ecology Theory and Business Ecosystem Metaphor. *Journal of Public and Private Management*, 25(2), 41-64.
- Ringle, C. M., Götz, O., Wetzels, M., & Wilson, B. (2009). On the use of formative measurement specifications in structural equation modeling: A Monte Carlo simulation study to compare covariance-based and partial least squares model estimation methodologies. *METEOR Research Memoranda (RM/09/014)*.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- 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 Business Strategy*, 5, 105-115.
- Schumpeter, J.A. [1934] (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399.
- Trautwein, U., Lüdtke, O., Roberts, B.W., Schnyder, I., & Niggli, A. (2009). Different forces, same consequence: Conscientiousness and competence beliefs are independent predictors of academic effort and achievement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(6), 1115-1128.
- Vasalampi, K., Parker, P., Tolvanen, A., Lüdtke, O., Salmela-Aro, K., & Trautwein, U. (2014). Integration of personality constructs: The role of traits and motivation in the willingness to exert effort in academic and social life domains. *Journal of Research in Personality*, 48, 98-106.
- Wang, Y.S., Lin, H.H., & Liao, Y.W. (2012). Investigating the individual difference antecedents of perceived enjoyment in students' use of blogging. *British Journal of Educational Technology*, 43, 139-152.

- Wang, Y.S, Lin, S.J., Yeh, C., H., Li, C.R., & Li, H.T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: The moderating role of disciplinary difference. *Thinking Skills and Creativity*, 22 (December 2016), 22-35.
- Yoo, S.J., Han, S.-H., & Huang, W. (2012). The roles of intrinsic motivators and extrinsic motivators in promoting e-learning in the workplace: A case from South Korea. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 942-950.
- Zhao, H., Seibert, S.E., & Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.