

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่ของนักศึกษา สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 เป็นนักศึกษาจากโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการมากที่สุดจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 โดยศึกษาในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานพิเศษจำนวน 251 คน หรือร้อยละ 64.4

นักศึกษามีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตนเองในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 1.569) และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างธุรกิจใหม่ นักศึกษามีความคิดเห็นต่อความสำคัญของการสนับสนุนจากสังคมในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 1.381) มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 1.461) มีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ต่อปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการศึกษา ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 1.407) ด้านความมีนวัตกรรมในตัวเอง ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 1.081) และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 1.287) ตามลำดับ

นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยแตกต่างกันในด้านความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตนเอง รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับความมีนวัตกรรมในตัวเอง และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตนเอง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างธุรกิจระหว่างนักศึกษาที่เรียนต่างคณะกัน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 รายการของนักศึกษาต่างคณะดังต่อไปนี้

ด้านความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตนเอง พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ได้แก่

- 1) นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการแตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและคณะพยาบาลศาสตร์
- 2) นักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการแตกต่างจากนักศึกษาโรงเรียนการเรือน
- 3) นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์แตกต่างจากนักศึกษาโรงเรียนการเรือน
- 4) นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแตกต่างจากนักศึกษาโรงเรียนการเรือน
- 5) นักศึกษา

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้นสรุปได้ว่า เมื่อทดสอบตัวแบบแรกโดยการใช้ตัวแปรทำนายเฉพาะตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ การกู้ยืมเพื่อการศึกษา และประสบการณ์การทำงานระหว่างเรียน) สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของตัวเองได้เพียงเล็กน้อย คือ ร้อยละ 05 ($R^2=.052$) แต่เมื่อทำการควบคุมตัวแปรเหล่านั้นและใช้ตัวแปรที่สะท้อนถึงพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรทำนาย ทำให้สมการมีอำนาจการอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจจะสร้างธุรกิจใหม่ได้ถึงร้อยละ 72 ($R^2=.720$) เพิ่มขึ้น 66.8 เปอร์เซ็นต์ และพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ เพศ การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการ ($\text{std } \beta = .327$) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\text{std } \beta = .497$) และการรับรู้ต่อการสนับสนุนจากสังคม ($\text{std } \beta = .116$)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่หรือการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ ซึ่งเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่การศึกษาในระดับบุคคลมักให้ความสำคัญว่ามีอิทธิพลต่อโอกาสของการเป็นผู้ประกอบการ ผลของการศึกษาจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เช่นงานของ Solesvil et. al. (2012, p. 454) ได้ระบุว่าความแตกต่างของเพศจะส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการไม่เหมือนกัน เพศชายมักจะมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศหญิงซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านภาระครอบครัว เช่นเดียวกับ Bzhalava, Jvarsheishvili, Brekashvili, & Lezhava (2017, p. 275) พบว่าความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของผู้หญิงในประเทศ Georgia มีอัตราที่ต่ำกว่าเพศชาย นอกจากนั้นงานวิจัยยังได้แนะนำว่าการศึกษาด้านนี้ควรทำการควบคุมตัวแปรเพศและตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคลเพื่อจะสามารถสกัดอิทธิพลของตัวแปรเชิงพฤติกรรมและเจตนาได้ถูกต้องชัดเจน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้เมื่อทำการควบคุมปัจจัยดังกล่าวทำให้ได้ทราบถึงอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นผู้ประกอบการได้แก่

1. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ

ผลของการวิจัยที่ได้รับเป็นสิ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Theory of Planned Behavior (TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการรับรู้ถึงความสามารถของการกระทำสิ่งใดจะมีผลนำไปสู่การทำสิ่งนั้น บุคคลที่รับรู้ว่ามีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมักจะมีแนวโน้มให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในอนาคต เช่นเดียวกับทฤษฎี Entrepreneurial Event Theory (EET) (Shapero & Sokol, 1982) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ในการกระทำสิ่ง ๆ หนึ่ง จะมีผลต่อการตัดสินใจทำพฤติกรรมนั้น นอกจากนั้นผลของการวิจัยยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัย

ต่างประเทศ อาทิ งานของ Yurtkoru et. al. (2014, p.846); Marques, Ferreira, Gomes & Gouveia Rodrigues (2012, p. 668); Gerba (2012, p. 262) ซึ่งระบุได้ว่าการรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในประเทศที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์พบความสัมพันธ์ดังกล่าวเช่นกัน (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559, pp. 103-114; อนงค์ รุ่งสุข, 2559)

2. ทักษะที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยแสดงหลักฐานความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในทิศทางที่เป็นบวกระหว่างทักษะที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎี Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991) กล่าวไว้ว่า ทักษะที่บุคคลประเมินคุณค่าบวกหรือลบต่อการทำพฤติกรรมใดนั้น ย่อมมีผลนำไปสู่การกระทำ เช่นเดียวกับการมีความคิดเห็นต่อการสร้างธุรกิจว่าเป็นสิ่งมีคุณค่าก็มักจะมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในทางกลับกันหากมีทัศนคติเชิงลบก็ย่อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบการเช่นกัน ความสัมพันธ์ที่ปรากฏจึงมีทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Marques, Ferreira, Gomes & Gouveia Rodrigues (2012, p. 668) ที่พบว่าตัวแปรทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (ATB) สามารถอธิบายความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจสร้างธุรกิจได้สูงมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา (2559, p. 103-114) และ อนงค์ รุ่งสุข (2559) ที่ยืนยันผลของตัวแปรทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการต่อการประกอบธุรกิจเช่นกัน

3. การรับรู้ต่อการสนับสนุนจากสังคม

ผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อการสนับสนุนจากสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่อการสร้างธุรกิจใหม่อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับทฤษฎี Behavior (TPB) ระบุว่า การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐานของสังคม (Perceived Social Norms: PSN) คือ การวัดการรับรู้เกี่ยวกับแรงกดดันจากสังคมซึ่งจะมีผลต่อการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นของบุคคล (Ajzen, 1991, p.183) โดยเฉพาะแรงกดดันจากสังคมไทยอันเป็นผลมาจากมิติความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Hofstede, 1984) คนไทยจะมีช่องว่างทางอำนาจของคนในสังคมสูง การกระทำใดก็ตามต้องรับฟังและปฏิบัติตามสังคม ได้แก่ ผู้ใหญ่ ญาติ พี่น้อง เป็นหลัก รวมทั้งมีความเป็นปัจเจกบุคคลต่ำแต่มีความเป็นกลุ่มสูง คนไทยหรือนักศึกษาไทยซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อกลุ่มมาก เช่น มีความผูกพันต่อเพื่อนเหนียวแน่นและให้ความสำคัญต่อครอบครัว ดังนั้น จึงพบว่าการรับรู้ต่อการสนับสนุนจากสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทยที่พบความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคมกับความตั้งใจ

ที่จะเป็นผู้ประกอบการ (พรทิพย์ ม่วงมี ดุษฎี โยเหลา และภิญญาพันธ์ ร่วมชาติ, 2555; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559, pp. 103-114; อนงค์ รุ่งสุข, 2559)

4. การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลใด ๆ ต่อความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ของนักศึกษา ซึ่งผลการวิจัยตรงข้ามกับหลักฐานงานวิจัยของ Turker & Selcuk (2009, p. 146) ที่สะท้อนว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เช่นเดียวกับการศึกษาในประเทศ Georgia พบว่าผู้ที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ทางธุรกิจมีโอกาสเริ่มธุรกิจมากกว่าบุคคลที่ไม่ได้รับการอบรม การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติให้บุคคลสนใจเริ่มทำธุรกิจ (Bzhalava, Jvarsheishvili, Brekashvili, & Lezhava, 2017, p. 275) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับหลักฐานการวิจัยของ Yurtkoru et. al. (2014, p. 848) ซึ่งไม่พบความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เขาได้ให้เหตุผลว่านักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยอาจไม่รับรู้ถึงการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมจากมหาวิทยาลัยของตนมากกว่าการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากเพื่อนและครอบครัว ดังนั้น การไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญจากงานวิจัยครั้งนี้จึงอธิบายได้ว่าการได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ หรือความรู้ทางด้านธุรกิจที่ถ่ายทอดจากมหาวิทยาลัยมีเฉพาะบางคณะเท่านั้น เช่น คณะวิทยาการจัดการ นักศึกษาต่างคณะซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจึงไม่ได้มีโอกาสได้สัมผัสหรือรับรู้ต่อการสนับสนุนจากทางสถาบันการศึกษา จึงไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดเจตนาหรือความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจของตัวเอง

5. ความมีนวัตกรรมในตัวบุคคล

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าความมีนวัตกรรมในตนเองหรือการมีความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่งขัดแย้งกับหลักฐานงานวิจัยของ Koh (1996, p.22) และ Gurel, Altinay & Daniele (2010, p. 660) ที่พบว่าความมีนวัตกรรมในตนเองของนักศึกษาต่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจสร้างธุรกิจขึ้นมา ผลที่ตรงข้ามกับงานวิจัยในอดีตสามารถอธิบายได้ว่า ความมีนวัตกรรมในตนเองหรือการมีความคิดสร้างสรรค์ใหม่จะมีอิทธิพลนำไปสู่ความตั้งใจในการสร้างธุรกิจขึ้นมาได้นั้น ความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นต้องมีคุณลักษณะ ได้แก่ 1) ต้องมีความสร้างสรรค์เชิงเนื้อหา สามารถประยุกต์เหตุผล นามธรรม ปัญหาที่พบเจอ กระบวนการต่าง ๆ สู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เช่น สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและโอกาสของยุคดิจิทัลทำให้เกิดแนวคิดของธุรกิจใหม่ ๆ 2) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง (วัดในเชิงปริมาณ) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจให้มีสิ่งแปลกใหม่อย่างสม่ำเสมอ 3) ความคิดสร้างสรรค์

นี่จะต้องมีคุณภาพเพียงพอต่อการนำไปพัฒนาธุรกิจใหม่ 4) ความคิดสร้างสรรค์ต้องสามารถแปลงไปสู่สินค้า (Molaei, et al, 2014) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าคุณภาพของการมีนวัตกรรมในตัวบุคคลของกลุ่มตัวอย่างอาจจะยังไม่สามารถสร้างอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างธุรกิจ อีกทั้งการขาดแคลนรายวิชาที่เกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาความคิดใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจอาจจะเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักศึกษาไม่สามารถเข้าใจและมีความสร้างสรรค์ทางธุรกิจได้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ จึงไม่เห็นความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความมีนวัตกรรมในตัวบุคคลกับความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นมา

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้จึงควรพิจารณาให้ถี่ถ้วน เนื่องจากบริบทของแต่ละมหาวิทยาลัยจะมีความแตกต่างกัน ผลของงานวิจัยจึงอาจไม่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้

2. จากผลของการวิจัยสะท้อนถึงระดับความคิดเห็นของนักศึกษาคณะต่าง ๆ ที่เห็นด้วยต่อประเด็นการมีความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ มหาวิทยาลัยจึงควรสนับสนุนให้นักศึกษาทุกคณะไม่เฉพาะคณะวิทยาการจัดการ ได้มีโอกาสศึกษาความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อจะสร้างกระบวนการความคิดของการดำเนินธุรกิจ โดยอาจจะนำไปสู่ปรับปรุงหลักสูตรให้มีทางเลือกของวิชาด้านการบริหารจัดการธุรกิจมากยิ่งขึ้น

3. แนวทางการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นสร้างทัศนคติที่ดีและการเพิ่มความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสิ่งนี้เป็นผลมาจากการมีความพร้อมความเข้าใจในกระบวนการทางธุรกิจ รู้รายละเอียดในเชิงปฏิบัติจนนำไปสู่ความมั่นใจในการควบคุมการดำเนินงาน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างกิจการ ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรสร้างความพร้อมและความมั่นใจด้านความรู้และการจัดการกิจกรรมที่ต้องดำเนินการในเชิงธุรกิจให้แก่นักศึกษาที่สนใจก็จะเป็นหนทางช่วยกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจของการเป็นผู้ประกอบการที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาประสิทธิภาพของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ
2. ศึกษาปัจจัยด้านทักษะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจของนักศึกษา
3. ศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของการสร้างผู้ประกอบการใหม่