

การยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กนกวรรณ กรรณิกา¹

دنۇپول سەنئەتچى^{2*}

Received 2 October 2025

Revised 27 February 2026

Accepted 7 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และเพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม และกระบวนการตัดสินใจระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 462 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัยพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แต่มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ทำให้อิทธิพลโดยรวมสูงขึ้นถึง .621 ดังนั้น สถานบันการศึกษาควรดำเนินการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีควบคู่กับการส่งเสริมทักษะการสื่อสารนวัตกรรมและกระบวนการตัดสินใจเชิงวิเคราะห์ เพื่อยกระดับความพร้อมของนิสิตสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

^{1, 2} คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
Email: kanokwan.kann@ku.th

* Corresponding author email: danupon.s@ku.th

THE EFFECTS OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE, DECISION-MAKING PROCESSES, AND INTERCULTURAL INNOVATION COMMUNICATION ON NEW-GENERATION ENTREPRENEURIAL INTENTION

Kanokwan Kannikar¹

Danupon Sangnak^{2*}

Abstract

This study explored the influence of technology acceptance, decision-making processes, and intercultural communication in innovation on new-generation entrepreneurial intention. Additionally, the survey examined the mediating roles of innovation-oriented intercultural communication and decision-making processes in the relationship between technology acceptance and new-generation entrepreneurial intention. The sample included 462 undergraduate students from the Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that technology acceptance had a significant negative direct effect on new-generation entrepreneurial intention at the .000 level. However, technology acceptance had a significant positive indirect effect on intention through decision-making processes and innovation-oriented intercultural communication at the .000 level. The overall effect increased to .621, indicating that while the direct effect was negative, the mediating variables significantly increased the net effect on entrepreneurial intention. Therefore, higher education institutions should enhance technological competence and promote innovation-oriented communication and analytical decision-making skills to prepare and stimulate the readiness and potential of future generations to become entrepreneurs.

Keywords: Technology Acceptance, Decision-Making Process, Intercultural Innovation Communication, Entrepreneurial Intention

^{1, 2} Faculty of Service Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, 1 Moo 6, Kamphaeng Saen, Kamphaeng Saen, Nakhon Pathom 73140, Thailand

Email: ¹ kanokwan.kann@ku.th

* Corresponding author email: danupon.s@ku.th

บทนำ

ภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution) ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และระบบอัตโนมัติ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรต่าง ๆ ทั้งในภาคการผลิตและบริการ (Abulibdeh et al., 2024) อุตสาหกรรมการบริการยังคงถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยว โรงแรม และบริการสุขภาพ (Gajić et al., 2024; Jeyaraj & Narayanan, 2023) อย่างไรก็ตาม การบริการในรูปแบบดั้งเดิมที่พึ่งพาอาศัยแรงงานมนุษย์เพียงอย่างเดียวจะทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน เมื่อเผชิญกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและความต้องการบริการที่มีความแม่นยำ รวดเร็ว และตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization) มากขึ้น (Anjorin et al., 2024; Hossain et al., 2024) ดังนั้น การมาของปัญญาประดิษฐ์ในภาคบริการไม่เพียงแต่เป็นการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการบริการเท่านั้น แต่เป็นการเปลี่ยนผ่านสู่การทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์และปัญญาประดิษฐ์ซึ่งส่งผลให้ทักษะการทำงานรูปแบบเดิมไม่สามารถใช้ได้กับยุคสมัยปัจจุบัน (He et al., 2022) รวมทั้งหลักสูตรการศึกษาส่วนใหญ่ยังคงแยกส่วนกันระหว่างศาสตร์ด้านการบริการที่เน้น Soft Skills กับศาสตร์ด้านคอมพิวเตอร์ที่เน้น Hard Skills ส่งผลให้บัณฑิตที่จบออกมาขาดความสามารถในการบูรณาการ ความรู้เพื่อสร้างนวัตกรรม (Hu et al., 2023; Jung & Suh, 2024)

ปัญหาสำคัญของการอุดมศึกษาในสาขาอุตสาหกรรมบริการ คือ ความล้าหลังของโครงสร้างหลักสูตรที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยี AI (El Khayati et al., 2025) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาหลักสูตรเชิงบูรณาการที่ไม่ได้มุ่งเน้นแต่เพียงทักษะการใช้งานเครื่องมือ แต่ต้องสร้างกรอบความคิด (Mindset) ของการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากเทคโนโลยี และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมนั้นในบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรม (Perez et al., 2025) แม้ว่าในประเทศไทยจะมีความพยายามในการนำดิจิทัลและ AI เข้ามามีส่วนร่วมในภาคการศึกษา แต่การบูรณาการ AI ให้เข้ากับหลักสูตรอุดมศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายอุตสาหกรรมบริการยังคงอยู่ในยุคเริ่มต้น (Hardini et al., 2025) โดยการออกแบบหลักสูตรที่หลอมรวม AI เข้ากับทักษะนวัตกรรมและการสร้างผู้ประกอบการภายใต้บริบทความยั่งยืนยังค่อนข้างน้อยในการออกแบบการศึกษาเชิงนโยบาย หรือการออกแบบหลักสูตรรองรับ นอกจากนี้ ในบริบทของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) การศึกษาจำเป็นต้อง ปลูกฝังให้ผู้เรียนตระหนักถึงผลกระทบของเทคโนโลยีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การบูรณาการ AI จึงต้องควบคู่ไปกับจริยธรรมและ ความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน (Savec & Jedrinović, 2024)

จากสถานการณ์ข้างต้นเป็นเหตุให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่” เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันมิได้อาศัยเพียงความรู้ด้านธุรกิจหรือทักษะทางเทคนิคเท่านั้น แต่ต้องอาศัยความสามารถในการประเมินและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนสูง ควบคู่ไปกับความสามารถในการสื่อสารและทำงานร่วมกับบุคคลที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมในสังคมโลกาภิวัตน์ ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ออกแบบหลักสูตรเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ด้าน AI นวัตกรรม และผู้ประกอบการเข้าด้วยกัน รวมทั้งสนับสนุนการกำหนดนโยบายทางการศึกษาที่มุ่งเสริมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีทั้งศักยภาพทางเทคโนโลยี ความรับผิดชอบต่อสังคม และความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

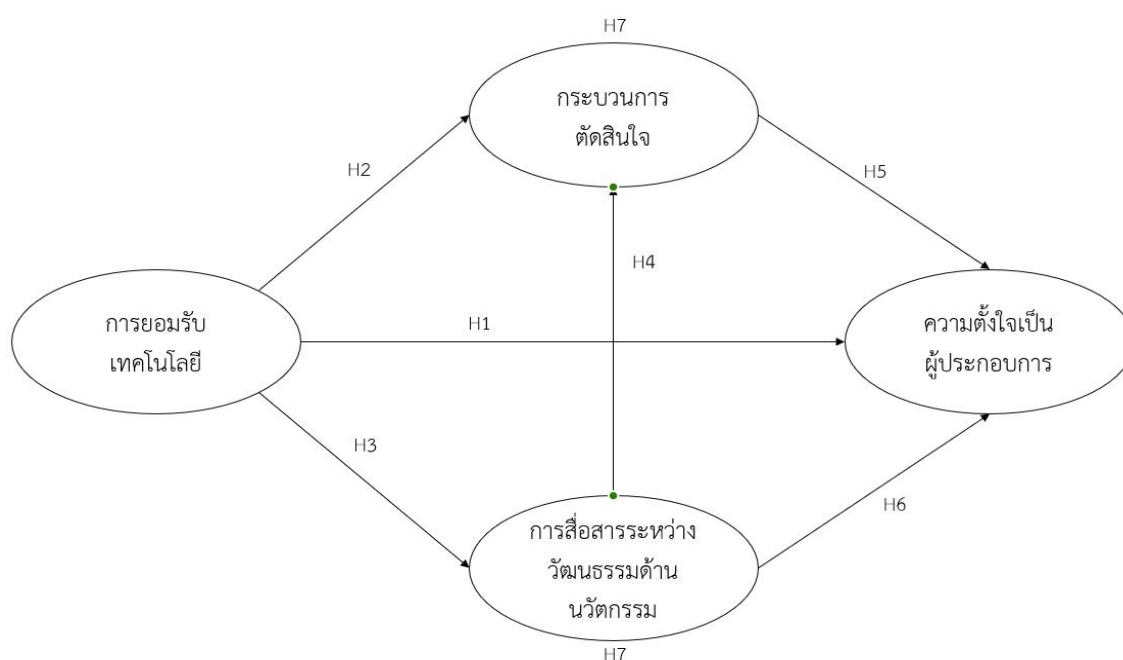
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม และกระบวนการตัดสินใจระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

- H1: การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
H2: การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
H3: การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม
H4: การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
H5: กระบวนการตัดสินใจส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
H6: การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
H7: การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยผ่านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม และกระบวนการตัดสินใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance & UTAUT)

ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) และ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ของ Venkatesh et al. (2003) เป็นแบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และความคาดหวังในความพยายาม ซึ่งต่อมาถูกขยายไปสู่มิติของความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี (Technology Trust) และความสามารถด้านดิจิทัล (Digital Literacy) ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้และการประยุกต์ใช้อย่างยั่งยืน (Blut et al., 2022) อย่างไรก็ตาม สำหรับการวิจัยครั้งนี้การยอมรับเทคโนโลยีมิได้หมายถึงเพียงความเต็มใจใช้ระบบ แต่ครอบคลุมถึงความเชื่อมั่นว่า AI สามารถยกระดับศักยภาพทางอาชีพในอุตสาหกรรมบริการได้ หากผู้เรียนรับรู้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีมีความซับซ้อนหรือไม่สอดคล้องกับเป้าหมายชีวิต ย่อมลดแรงจูงใจในการเรียนรู้ ดังนั้น Technology Acceptance จึงถูกกำหนดเป็นปัจจัยต้นน้ำที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจและความตั้งใจเชิงผู้ประกอบการ

2. นวัตกรรมข้ามวัฒนธรรมและการบูรณาการความรู้

ปัจจุบันการนำ AI มาใช้จำเป็นต้องคำนึงถึงมิติทางสังคมและวัฒนธรรมควบคู่กับมิติเทคโนโลยี แนวคิดการบูรณาการความรู้เสนอว่าความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ที่หลากหลายเป็นพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรม (Grant, 1996; Teece, 2007) ในขณะที่แนวคิด Glocalization ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานองค์ความรู้สากลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ (Roudometof, 2016) นอกจากนี้ ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication Competence) ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ AI ในการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือขยายธุรกิจสู่ตลาดสากลได้อย่างเหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม (Deardorff, 2006)

3. กระบวนการตัดสินใจและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้

กระบวนการตัดสินใจของผู้เรียนได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายในและบริบทแวดล้อมทางการศึกษา โดยแนวคิดการตัดสินใจเชิงเหตุผลเสนอว่าบุคคลจะเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ข้อมูลที่มีอยู่ (Simon, 1977) อย่างไรก็ตาม ในบริบทการเรียนรู้ยุคดิจิทัล การตัดสินใจเชิงนวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี บรรยากาศที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และบทบาทของผู้สอนในฐานะผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ซึ่งช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมและการทดลองเชิงสร้างสรรค์ (Means et al., 2013; Huang et al., 2020) ดังนั้น การออกแบบหลักสูตรที่หลอมรวม AI เข้ากับสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการคิดเชิงผู้ประกอบการ จึงมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและการกำหนดเส้นทางอาชีพของผู้เรียน

4. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและความเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) อธิบายว่าความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ขึ้นอยู่กับทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในการอธิบายความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009; Schlaegel & Koenig, 2014) ในบริบทของหลักสูตรอุตสาหกรรมบริการ ความรู้และทักษะด้าน AI สามารถทำหน้าที่เป็นตัวเสริมแรงที่เพิ่มระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) และส่งเสริมให้ผู้เรียนมองเห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เมื่อผู้เรียนมีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยี รับรู้ว่าคุณภาพเพียงพอ และได้รับการสนับสนุนจากบริบททางสังคมและการศึกษา ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งเน้นทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ SEM ที่ใช้เกณฑ์ 20 เท่าตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลอง ซึ่งในการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตทั้งหมด 18 ตัว ทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณมีทั้งหมด 360 ตัวอย่าง แต่เพื่อสำรองข้อมูลป้องกันความคลาดเคลื่อนในการแจกแบบสอบถามจึงทำการสำรองข้อมูลอีกร้อยละ 30 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 468 คน แต่ภายหลังการเก็บข้อมูลพบว่ามีแบบสอบถามตอบกลับมาเพียง 462 คน คิดเป็นร้อยละ 98.72 จึงถือว่าเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างได้อย่างน่าเชื่อถือ และการวิจัยนี้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามปริมาณนิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมบริการแต่ละชั้นปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยี 3) แบบสอบถามกระบวนการตัดสินใจ 4) แบบสอบถามการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม และ 5) แบบสอบถามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งส่วนที่ 2-5 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการวัดระดับความคิดเห็น ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-point Likert Scale) และแบบสอบถามฉบับนี้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยนี้ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่า IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยมีความมากกว่า .50 ขึ้นไป และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด โดยพบว่าทุกข้อคำถามมีความมากกว่า .70 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ได้

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ แบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ด้วยโปรแกรม ADANCO

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน (51.08) และ เพศชาย จำนวน 226 คน (ร้อยละ 48.92) ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุ 18-20 ปี จำนวน 352 คน (ร้อยละ 76.19) และอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 มากที่สุด จำนวน 132 คน (ร้อยละ 28.57) รองลงมา ระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 126 คน (ร้อยละ 27.27) ระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 104 คน (ร้อยละ 22.51) และระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 100 คน (ร้อยละ 21.65) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อตัวแปรต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความคิดเห็นต่อตัวแปรความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่มากที่สุด ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.53$) รองลงมา กระบวนการตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.64$) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.59$) และน้อยที่สุด การยอมรับเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.66$) ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ตัวแปร
การยอมรับเทคโนโลยี (TA)	3.95	.69	มาก
- การรับรู้ความง่าย	4.05	.73	มาก
- การรับรู้ถึงประโยชน์	4.03	.71	มาก
- ความมุ่งมั่นในการใช้งาน	4.01	.66	มาก
กระบวนการตัดสินใจ (DMP)	4.11	.64	มาก
- การรับรู้ปัญหา	4.06	.73	มาก
- การค้นหาข้อมูล	4.09	.71	มาก
- การประเมินทางเลือก	4.06	.63	มาก
- พฤติกรรมการตัดสินใจ	4.03	.72	มาก
- พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ	4.28	.69	มากที่สุด
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (IIC)	4.08	.59	มาก
- ความตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม	4.03	.73	มาก
- ทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	4.06	.70	มาก
- ความเห็นอกเห็นใจทางวัฒนธรรม	4.15	.68	มาก
- การยอมรับทางวัฒนธรรม	4.07	.65	มาก
ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (EI)	4.14	.53	มาก
- ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	4.07	.65	มาก
- บรรทัดฐานส่วนตัว	4.12	.59	มาก
- ความสามารถในการสร้างตนเองของผู้ประกอบการ	4.09	.60	มาก
- แรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.17	.64	มาก
- ประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ	4.16	.60	มาก
- ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ	4.25	.67	มากที่สุด

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability)

ตัวแปร	λ	AVE	ρ_A	ρ_c	α
- การยอมรับเทคโนโลยี (TA1-TA3)	.862 - .950	.799	.925	.923	.922
- กระบวนการตัดสินใจ (DMP1-DMP5)	.687 - .924	.835	.952	.962	.950
- การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม (IIC1-IIC4)	.866 - .939	.748	.893	.921	.882
- ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (EI1-EI6)	.741 - .886	.711	.925	.936	.919

หมายเหตุ: λ = น้ำหนักองค์ประกอบ, AVE = ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้, ρ_A = Dijkstra-Henseler's rho,

ρ_c = Jöreskog's rho, α = Cronbach's alpha

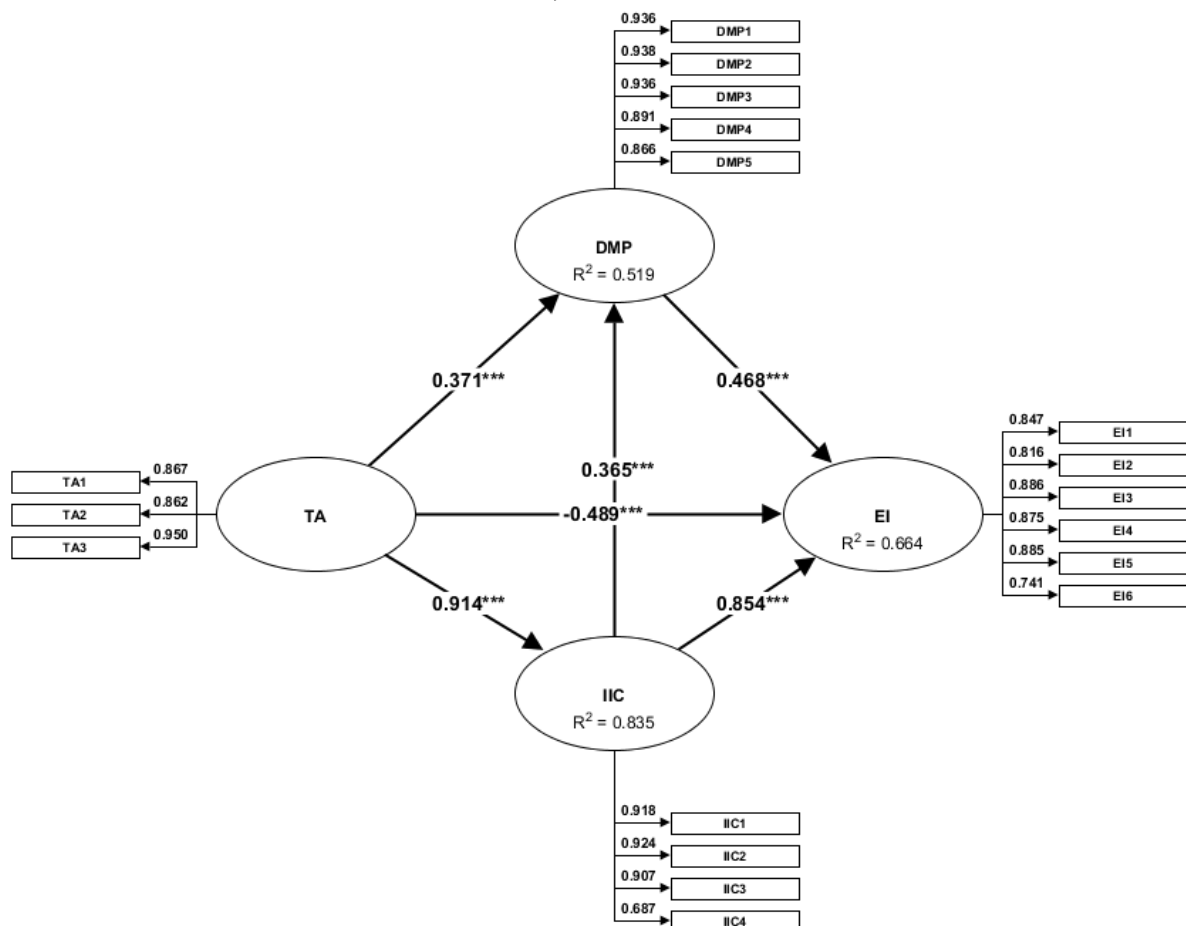
จากตารางที่ 2 พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าสูงกว่า .50 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .687 - .950 ในขณะที่ค่า Cronbach's Alpha และ Composite Reliability อื่น ๆ มีค่าสูงกว่า .70 และค่า AVE ของทุกตัวแปรแฝงมีค่าสูงกว่า .50 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ที่นำมาใช้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นในระดับที่ดีมาก (Hair et al., 2019a)

ตารางที่ 3 แสดงผลความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ตามเกณฑ์ของ Fornell-Larcker

ตัวแปร	TA	IIC	DMP	EI
TA	.894			
IIC	.835	.865		
DMP	.497	.496	.914	
EI	.386	.543	.525	.843

หมายเหตุ: ตัวเลขหนาในเส้นแนวทแยงมุม คือ $\sqrt{AVE}$

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่ารากที่สองของ AVE ($\sqrt{AVE}$) มีค่าสูงกว่าค่า สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างคู่ของตัวแปรอื่น ๆ ในคอลัมน์และแถวเดียวกัน แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความเป็นอิสระต่อกันหรือมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ทำให้ไม่มีความซ้ำซ้อนในการวัด (Hair et al., 2019b)



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลกระทบ	β	S.E.	t-value	p-value	Cohen's f^2
TA -> IIC	.914	.012	78.834***	.000	5.057
TA -> DMP	.371	.100	3.721***	.000	0.047
TA -> EI	-.489	.108	-4.512***	.000	0.112
IIC -> DMP	.365	.095	3.847***	.000	0.046
IIC -> EI	.854	.093	9.217***	.000	0.343
DMP -> EI	.468	.046	10.186***	.000	0.314

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลตรงกันข้ามต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แต่กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ด้านนวัตกรรมส่งผลทางเดียวกันกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ในขณะเดียวกัน การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000

ตารางที่ 5 แสดงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม

ตัวแปรสาเหตุ	อิทธิพล	ICC	DMP	EI
TA	DE	.914***	.371***	-.489***
	IE	-	.334***	1.110***
	TE	.914***	.705***	.621***
ICC	DE	-	.365***	.854***
	IE	-	-	.171***
	TE	-	.365***	1.025***
DMP	DE	-	-	.468***
	IE	-	-	-
	TE	-	-	.468***

หมายเหตุ: DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง, IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม, TE หมายถึง อิทธิพลโดยรวม

จากตารางที่ 5 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบ (DE = -.489) ต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แต่มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อม (IE = 1.110) ต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ทำให้อิทธิพลโดยรวมสูงขึ้นถึง .621 (TE = .621)

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี กระบวนการตัดสินใจ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ด้านนวัตกรรม ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการยอมรับเทคโนโลยี

ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนกลไกในการเสริมสร้างความพร้อมเชิงดิจิทัลของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับกรอบทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่อธิบายว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และงานวิจัยร่วมสมัยยืนยันว่าการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล (Al-Emran et al., 2018; Liñán & Chen, 2009) ในด้านกระบวนการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่ามีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบแนวคิด Theory of Planned Behavior (TPB) ที่ระบุว่า การประเมินทางเลือกและการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจ (Ajzen, 1991) งานวิจัยเชิงประจักษ์ในบริบทการศึกษาผู้ประกอบการ ยืนยันว่าการพัฒนาทักษะการตัดสินใจเชิงวิเคราะห์และการคิดเชิงกลยุทธ์ในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการทดลองและการแก้ปัญหา สามารถเพิ่มระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Boubker et al., 2021; Nowiński et al., 2020) และในส่วนของ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการบูรณาการความรู้ข้ามวัฒนธรรมและการทำงานร่วมกับความหลากหลายทางความคิดส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Cultural Intelligence และ Cross-Cultural Competence ที่อธิบายว่าความสามารถในการปรับตัวและเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม เป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญต่อการสร้างโอกาสเชิงธุรกิจ ในบริบทโลกาภิวัตน์ (Ang et al., 2015) งานวิจัยของ Jannesari et al. (2022) ยังยืนยันว่าความสามารถด้านข้ามวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการบูรณาการองค์ความรู้ หลากหลายสาขาสามารถสร้างรากฐานเชิงความคิดที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุค AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การยอมรับเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นปัจจัยต้นน้ำที่เสริมสร้างกระบวนการตัดสินใจและความสามารถเชิงข้ามวัฒนธรรม ซึ่งท้ายที่สุดส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้กลไกดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดบูรณาการระหว่าง TAM, TPB และทฤษฎีสมรรถนะข้ามวัฒนธรรม อันสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบระบบนิเวศการเรียนรู้ในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ในยุคเศรษฐกิจปัญญาประดิษฐ์อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สถาบันการศึกษาควรออกแบบรายวิชาที่เน้นการประยุกต์ใช้ AI เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล และแพลตฟอร์มธุรกิจออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ประโยชน์และความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีของนิสิต ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล
2. การจัดการเรียนรู้ควรใช้รูปแบบ Active Learning, Problem-Based Learning และการจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ (Business Simulation) เพื่อเสริมสร้างการคิดวิเคราะห์ การประเมินความเสี่ยง และการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนในยุค AI
3. สถาบันการศึกษาควรสนับสนุนกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นิสิตได้ทำโครงการร่วมกับนักศึกษาต่างชาติ โครงการแลกเปลี่ยน หรือกิจกรรม Hackathon ระดับนานาชาติ เพื่อพัฒนาความสามารถในการบูรณาการความรู้และสร้างนวัตกรรมในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย
4. คณะอุตสาหกรรมบริการควรจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubator) หรือโครงการสนับสนุน Startup ด้านบริการและการท่องเที่ยวที่ใช้ AI เป็นฐาน เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้จากห้องเรียนสู่การปฏิบัติจริง และเพิ่มความเป็นไปได้ในการเริ่มต้นธุรกิจของนิสิต

ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังคณะ สาขาวิชา หรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่มีหลักสูตรที่มุ่งเน้นสร้างผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบความสอดคล้องและความแตกต่างของผลลัพธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยบูรณาการการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่ออธิบายกลไกเชิงลึกของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลอง
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรกำกับ (Moderating Variables) เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านดิจิทัล (Digital Self-efficacy) หรือภาวะความเครียดจากเทคโนโลยี (Technostress) เพื่ออธิบายเงื่อนไขที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ชัดเจนเหมาะสมกับสถานการณ์จริงยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Abulibdeh, A., Zaidan, E., & Abulibdeh, R. (2024). Navigating the confluence of artificial intelligence and education for sustainable development in the era of industry 4.0: Challenges, opportunities, and ethical dimensions. **Journal of cleaner production**, **437**, 140527. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140527>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, **50**(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Emran, M., Mezhyuev, V., & Kamaludin, A. (2018). Technology Acceptance Model in M-learning context: A systematic review. **Computers & Education**, **125**, 389-412. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.06.008>
- Ang, S., Dyne, L. V., & Rockstuhl, T. (2015). Cultural intelligence: Origins, conceptualization, evolution, and methodological diversity. In M. J. Gelfand, Chi-Yue Chiu, & Ying-Yi Hong (Eds.). **Handbook of Advances in Culture and Psychology Volume 5**. Handbook of Advances in Culture and Psychology, 5.
- Anjorin, K. F., Raji, M. A., Olodo, H. B., & Oyeyemi, O. P. (2024). Harnessing artificial intelligence to develop strategic marketing goals. **International Journal of Management & Entrepreneurship Research**, **6**(5), 1625-1650. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i5.1127>
- Ansori, A., Damyati, F., & Dhestyani, S. A. (2024). Assessing AI integration in Islamic higher education: A mixed-methods fishbone diagram analysis. **International Journal on Informatics for Development**, **13**(2), 504-516. <https://doi.org/10.14421/ijid.2024.4862>
- Blut, M., Chong, A. Y. L., Tsigna, Z., & Venkatesh, V. (2022). Meta-analysis of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Challenging its validity and charting a research agenda in the red ocean. **Journal of the Association for Information Systems**, **23**(1), 13–95. <https://doi.org/10.17705/1jais.00719>
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. **The International Journal of Management Education**, **19**(1), 100450. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100450>

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS quarterly**, **13**(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. **Journal of studies in international education**, **10**(3), 241-266. <https://doi.org/10.1177/1028315306287002>
- El Khayati, M., Courr, A., Kich, I., & Hibbi, F. Z. (2025). Integrating artificial intelligence into high-school computer science curriculum: A perspective study in Morocco. **Journal of Curriculum Studies Research**, **7**(1), 26-46. <https://doi.org/10.46303/jcsr.2025.2>
- Gajić, T., Petrović, M. D., Pešić, A. M., Conić, M., & Gligorijević, N. (2024). Innovative approaches in hotel management: integrating artificial intelligence (AI) and the internet of things (IoT) to enhance operational efficiency and sustainability. **Sustainability**, **16**(17), 7279. <https://doi.org/10.3390/su16177279>
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. **Strategic management journal**, **17**(S2), 109-122. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019a). **Multivariate data analysis** (8th ed.). Pearson Prentice.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019b). When to use and how to report the results of PLS-SEM. **European business review**, **31**(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hardini, M., Hetilaniar, H., Girsang, S. E. E., Putra, S. N. W., & Hikam, I. N. (2025). Advancing higher education: Longitudinal study on ai integration and its impact on learning. **International Journal of Cyber and IT Service Management**, **5**(1), 23-30. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v5i1.185>
- He, Y., Ji, J., & Li, R. (2022). The integrated development of artificial intelligence technology and the communication industry. **Advances in Engineering Technology Research**, **1**(2), 56-56. <https://doi.org/10.56028/aetr.2.1.56>
- Hossain, F., Ahmed, G. S., Shuvo, S. P. P., Kona, A. N., Raina, M. U. H., & Shikder, F. (2024). Unlocking artificial intelligence for strategic market development and business growth: innovations, opportunities, and future directions. **Edelweiss Applied Science and Technology**, **8**(6), 5825-5846. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.3263>
- Hu, N., Meng, X., Gao, Y., & Lu, Z. (2023). Exploring the core competence of cultivating applied talents in artificial intelligence under the background of industry education integration. In **SHS Web of Conferences** (Vol. 179, p. 05015). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317905015>
- Huang, R. H., Liu, D. J., Tlili, A., Yang, J., Wang, H., & Zhang, M. (2020). **Handbook on facilitating flexible learning during educational disruption: The Chinese experience in maintaining uninterrupted learning in COVID-19 outbreak**. Smart Learning Institute of Beijing Normal University.

- Jannesari, M. T., Zolfagharian, M., & Torkzadeh, S. (2022). Effect of social power, cultural intelligence, and socioeconomic status on students' international entrepreneurial intention. **Psychology Research and Behavior Management**, **15**, 1397-1410. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S360901>
- Jeyaraj, P., & Narayanan, T. (2023). Role of artificial intelligence in enhancing healthcare delivery. **International Journal of Innovative Science and Modern Engineering**, **11**(12), 1-13. <http://doi.org/10.35940/ijisme.A1310.12111223>
- Jung, D., & Suh, S. (2024). Enhancing soft skills through generative AI in sustainable fashion textile design education. **Sustainability**, **16**(16), 6973. <https://doi.org/10.3390/su16166973>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, **33**(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Means, B., Toyama, Y., Murphy, R., & Baki, M. (2013). The effectiveness of online and blended learning: A meta-analysis of the empirical literature. **Teachers college record**, **115**(3), 1-47. <https://doi.org/10.1177/016146811311500307>
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Wach, K., & Schaefer, R. (2020). Perceived public support and entrepreneurship attitudes: A little reciprocity can go a long way!. **Journal of Vocational Behavior**, **121**, 103474. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103474>
- Perez, J. P., Martins, I., Aparicio, S., Lopez, T., & Urbano, D. (2026). Crafting individual entrepreneurial orientation through education and institutions: Evidence from efficiency and innovation-driven economies. **The International Journal of Management Education**, **24**(2), 101328. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101328>
- Roudometof, V. (2016). Theorizing glocalization: Three interpretations 1. **European Journal of Social Theory**, **19**(3), 391-408. <https://doi.org/10.1177/1368431015605443>
- Savec, V. F., & Jedrinović, S. (2024). The Role of AI Implementation in Higher Education in Achieving the Sustainable Development Goals: A Case Study from Slovenia. **Sustainability**, **17**(1), 1-22. <https://doi.org/10.3390/su17010183>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship theory and practice**, **38**(2), 291-332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Simon, H. A. (1977). **The new science of management decision**. Prentice Hall.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic Management Journal**, **28**(13), 1319-1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view1. **MIS quarterly**, **27**(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>