

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจ
ในสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว ประเทศจีน

FACTORS INFLUENCING THE ENTREPRENEURIAL MINDSET OF BUSINESS
STUDENTS IN LIUZHOU INSTITUTE OF TECHNOLOGY, CHINA

ชง เหลียง

Cong Liang

สำราญ วานนท์

Samran Wanon

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Faculty of Arts and Science, Chaiyaphum Rajabhat University

E-Mail : samran@cpru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) : 7 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised) : 13 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) : 21 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบุคลิกภาพ การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ และวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว ประเทศจีน และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ และการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว ประเทศจีน ประชากรคือนักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว ประเทศจีน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 คน เครื่องมือวิจัยที่ใช้คือแบบสอบถามซึ่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพ การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ และแนวคิดแบบผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละและทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X}$ =3.61, S.D.=.880) ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ ($\bar{X}$ =3.58, S.D.=.844) ด้านการแสดงออกทางสังคม ($\bar{X}$ =3.41, S.D.=.883) และด้านความเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X}$ =3.71, S.D.=.866) อยู่ในระดับมาก ขณะที่บุคลิกภาพด้านความไม่มั่นคง

ทางอารมณ์ ($\bar{X}$ =3.29, S.D.=.958) อยู่ในระดับปานกลาง การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.25, S.D.=.872) ส่วนวิธีคิดแบบผู้ประกอบการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.35, S.D.=.773) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวความคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว ประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ด้านการแสดงออกทางสังคม และด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ

คำสำคัญ: แนวคิดแบบผู้ประกอบการ, การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ, บุคลิกภาพ, สถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว

ADSTRACT

This research articles aimed to 1) study the personality traits, entrepreneurial education, and entrepreneurial mindset of business administration students at Liuzhou Institute of Technology, China, and 2) study of factors influencing personality and entrepreneurial education on the entrepreneurial mindset of business administration students at Liuzhou Institute of Technology, China. The population consisted of business administration students at Liuzhou Institute of Technology, China. Data were collected from a sample of 184 students. The research instrument used was a questionnaire designed to gather information on personality, entrepreneurial education, and entrepreneurial mindset. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean, standard deviation, and percentage. Hypotheses were tested using inferential statistics, namely multiple regression analysis.

The findings indicated that the personality traits of openness ($\bar{X}$ =3.61, S.D.=.880), conscientiousness ($\bar{X}$ =3.58, S.D.=.844), extraversion ($\bar{X}$ =3.41, S.D.=.883), and agreeableness ($\bar{X}$ =3.71, S.D.=.866) were at a high level, while neuroticism ($\bar{X}$ =3.29, S.D.=.958) was at a moderate level. Entrepreneurial education ($\bar{X}$ =3.25, S.D.=.872) had a mean score at a moderate level. The overall entrepreneurial mindset, as well as every aspect of entrepreneurial mindset ($\bar{X}$ =3.35, S.D.=.773), also had mean scores at a moderate level. Factors that had a statistically significant influence on the entrepreneurial mindset of business administration students at Liuzhou Institute of Technology, China included entrepreneurial education and the personality traits of openness, extraversion, and conscientiousness.

Keywords: Entrepreneurial mindset, Entrepreneurial education, Personality, Liuzhou Institute of Technology

บทนำ

ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง (Tomaa et al., 2014) การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคลจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบความคิดหรือชุดความคิด (Mindset) ที่มีความพร้อมเป็นผู้ประกอบการ โดยแนวคิดการพัฒนาจิตวิญญาณผู้ประกอบการเป็นกรอบการสร้างระบบความคิดที่นำไปสู่การพัฒนาตนเองให้กลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ แม้ว่านักวิจัยส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่าคุณค่าสามารถสร้างขึ้นได้โดยบุคคลที่มีแนวคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) แต่ความพยายามในการเขียนคำนิยาม การทำความเข้าใจ และการวัดกรอบความคิดของผู้ประกอบการยังคงกระจัดกระจาย (Daspit et al., 2023) ซึ่งชุดความคิดถือเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนส่วนบุคคลหรือวิถีคิดที่เป็นนิสัย (Dweck, 2006) ซึ่งเป็นความเชื่อและวิถีคิดที่ส่งผลต่อมุมมอง ทักษะ และการแสดงพฤติกรรมต่อความท้าทายหรือความล้มเหลวแตกต่างกัน (Boonboot et al., 2022)

ในบริบทการศึกษา โดยเฉพาะในประเทศจีน การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2001 เมื่อกระทรวงศึกษาธิการริเริ่มโครงการนำร่องในมหาวิทยาลัย 9 แห่ง (Li Zhang & Matlay, 2003) และในปี 2015 รัฐบาลกลางได้ดำเนินนโยบายระดับชาติเรื่องการศึกษาด้านวิสาหกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งนำไปสู่การแพร่หลายของหลักสูตรการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการในภาคการศึกษาระดับอุดมศึกษา ในศตวรรษที่ 21 ระบบการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของเยาวชน สังคม และตลาดแรงงาน (Kotwit et al., 2020) การจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นพัฒนาวิถีคิดแบบผู้ประกอบการจึงมีสำคัญในการเตรียมกำลังคนเข้าสู่ตลาดแรงงานและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Onnom et al., 2023)

จิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่พัฒนาให้บุคคลเกิดสมรรถนะและเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยการสร้างจิตวิญญาณนี้ต้องเริ่มจากการสร้างชุดความคิดที่พร้อมเติบโตและไม่ปิดกั้นการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์ และเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในทางธุรกิจ ดังนั้นหากหน่วยงานต่างๆ ต้องการส่งเสริมการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีความเป็นผู้ประกอบการชุดความคิดจึงเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของกระบวนการพัฒนา การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อแนวคิดแบบผู้ประกอบการในบริบทของนักศึกษาบริหารธุรกิจจึงมีความจำเป็น เพื่อให้ได้แนวทางหรือกลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลในการพัฒนาผู้เรียน ยกย่องคุณภาพการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ประเทศจีนการศึกษาด้านผู้ประกอบการยังคงค่อนข้างใหม่และขาดรูปแบบการสอนที่เป็นมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังไม่มีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดแบบผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาบริหารธุรกิจของสถาบันเทคโนโลยีหัวโจวอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ขาดข้อมูลเชิง

ประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้วางนโยบายและพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการตลาดแรงงานในอนาคตได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดแบบผู้ประกอบการ บุคลิกภาพ และการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ และการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว ประเทศจีน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหา 3 ส่วน ได้แก่ แนวคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial education) และบุคลิกภาพสำคัญ 5 ประการ (Big Five Personality Traits) ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ ประกอบด้วย การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to Experience) ความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ (Conscientiousness) การแสดงออกทางสังคม (Extraversion) ความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness) และความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดการศึกษาวิจัยเฉพาะใน สถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว ประเทศจีน

3. ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงสำรวจครั้งนี้การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษานักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว ประเทศจีน จำนวน 289 คน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ทำการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2567 ถึง เดือนมกราคม 2568 โดยเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงปีการศึกษา 2565-2567

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือ จากการทบทวนวรรณกรรม มาปรับข้อความบางส่วนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ศึกษาในครั้งนี้ ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 วิธีคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset)

ตอนที่ 3 การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education)

ตอนที่ 4 บุคลิกภาพ (Personality)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้แก่ นักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว ประเทศจีน จำนวน 289 คน จำแนกเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 42 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 92 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 85 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 70 คน

2.กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนเท่ากับ 168 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.13 ของประชากร เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความแม่นยำของผลการวิจัย โดยยังคงอยู่ในกรอบที่เหมาะสมและไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา ขนาดตัวอย่างเพิ่มขึ้น เป็น 184 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 63.66 ของประชากร จากการคำนวณสูตรของ Yamane (1967)

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากแต่ละชั้นปี โดยกำหนดสัดส่วนจากแต่ละชั้นปีแบบไม่เท่ากันดังนี้ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ $27/42 = 64.28$ ของนักศึกษาทั้งหมดที่มีอยู่ในชั้น นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ $54/92 = 58.69$ ของนักศึกษาทั้งหมดที่มีอยู่ในชั้น นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ $51/85 = 60.00$ ของนักศึกษาทั้งหมดที่มีอยู่ในชั้น และชั้นปีที่ 4 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 74.28 ของนักศึกษาทั้งหมดที่มีอยู่ในชั้น การกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นปีมีการกำหนดสัดส่วนที่ไม่เท่ากัน โดยเฉพาะในชั้นปีที่ 4 ได้มีการเพิ่มจำนวนตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์จากนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายนี้ซึ่งมีประสบการณ์การเรียนรู้มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน ดังนี้

1.วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2.วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาระดับวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ ระดับบุคลิกภาพ และระดับการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ในการตีความหมายของค่าเฉลี่ยซึ่งกำหนดขึ้นตามหลักสถิติ ดังนี้ จากมาตรวัด 5 ระดับ หาค่าพิสัยได้เท่ากับ $R = 5 - 1 = 4$ หาค่าพิสัยด้วยจำนวนระดับของมาตรวัด (5 ระดับ) จะได้ระยะห่างของคะแนนในแต่ละชั้นเท่ากับ $4 \div 5 = 0.80$ จากนั้นนำค่าที่ได้มากำหนดช่วงของคะแนนในแต่ละชั้นได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังนี้

ช่วงคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ช่วงคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ช่วงคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ช่วงคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

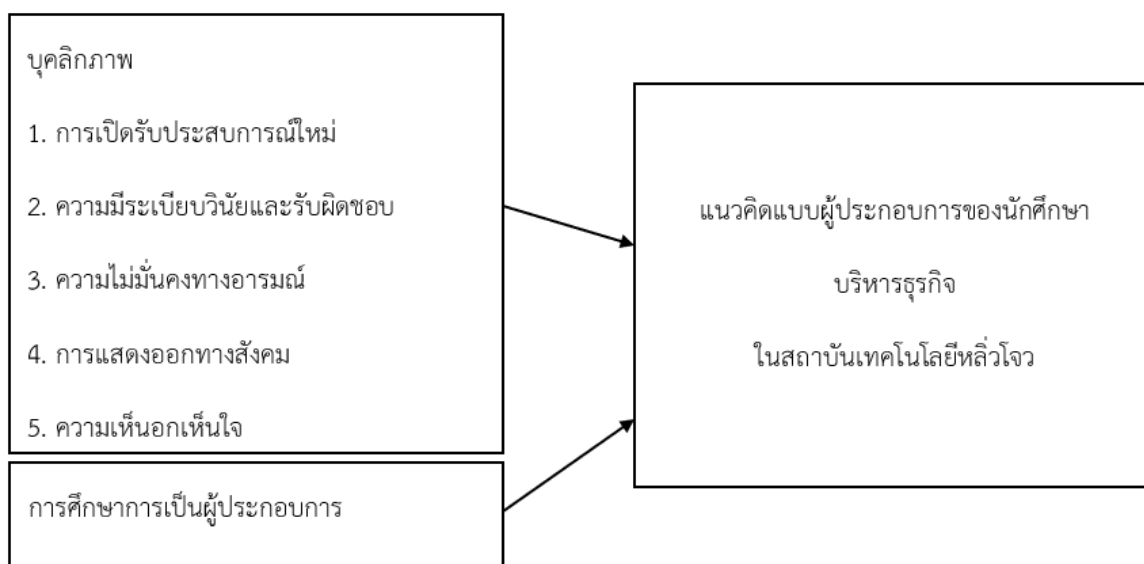
ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. การวิเคราะห์ผลกระทบของบุคลิกภาพ และการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบจำลองของสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 184 ตัวอย่าง เลือกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยเครื่องมือวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC ระหว่าง .66 –1.00 และมีการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ .95 ทั้งนี้แบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ตอน เป็นมาตราอันตรภาคชั้นโดยใช้ข้อความแบบ Likert Scale จำนวน 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 อยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อยที่สุดและระดับที่ 5 อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจ ในสถาบันเทคโนโลยีหัวใจ ประเทศจีน” ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักศึกษาเพศชายจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 และนักศึกษาเพศหญิงจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 เมื่อพิจารณาระดับชั้นปีที่ศึกษา ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาคือนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70 ในขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ด้านภูมิหลังทางครอบครัว ผลการวิเคราะห์อาชีพของบิดาพบว่า บิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือการค้าขาย จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ในขณะที่มีเพียง 35 คน หรือร้อยละ 19.00 ที่บิดาประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจหรือการค้าขาย ในทำนองเดียวกัน ผลการวิเคราะห์อาชีพของมารดาแสดงให้เห็นว่ามารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือการค้าขายในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 89.70 หรือจำนวน 165 คน และมีเพียงร้อยละ 10.30 หรือจำนวน 19 คนเท่านั้นที่มารดาประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจหรือการค้าขาย

ในส่วนของความเต็มใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท พบว่านักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความตั้งใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 41.85 มี 54 คนที่เต็มใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 29.35 และยังมี 53 คนที่ไม่แน่ใจว่าจะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 28.80 จากมุมมองของนักศึกษาว่ามีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ พบว่านักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 มี 48 คนที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 26.09 และ 64 คนที่ยังไม่แน่ใจว่าตนเองมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 34.78 ตามลำดับ

2.ผลการวิเคราะห์แนวคิดแบบผู้ประกอบการ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์แนวคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาคุณลักษณะ 5 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระในการทำงาน (Autonomy) และการแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressiveness) ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แนวคิดแบบผู้ประกอบการ

แนวคิดแบบผู้ประกอบการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)	3.35	.857	ปานกลาง
การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking)	3.34	.845	ปานกลาง
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	3.36	.842	ปานกลาง
ความเป็นอิสระในการทำงาน (Autonomy)	3.37	.834	ปานกลาง

แนวคิดแบบผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressiveness)	3.33	.863	ปานกลาง
รวม	3.35	.773	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดแบบผู้ประกอบการในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีแนวคิดแบบผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = .773) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน สามารถเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยได้ดังนี้ ความเป็นอิสระในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = .834) รองลงมา คือการทำงานเชิงรุก มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = .842) ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = .857) การยอมรับความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = .845) การแข่งขันเชิงรุก มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = .863) ตามลำดับ

3.ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาคูณลักษณะ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness) 2) ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ (Conscientiousness) 3) การแสดงออกทางสังคม (Extraversion) 4) ความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness) 5) ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) และ 6) การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

บุคลิกภาพและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่	3.61	.880	มาก
ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ	3.58	.844	มาก
ด้านการแสดงออกทางสังคม	3.41	.883	มาก
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	3.71	.866	มาก
ด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์	3.29	.958	ปานกลาง
ด้านการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ	3.25	.872	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา พบว่านักศึกษาอยู่ในระดับมากเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์และการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยได้ดังนี้ ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .866) รองลงมา ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = .880) ด้าน

ความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = .844) ด้านการแสดงออกทางสังคม ค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.41, S.D. = .833) ด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.29, S.D. = .958) และด้านการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.25, S.D. = .872) ตามลำดับ

4.ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness) ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ (Conscientiousness) ด้านการแสดงออกทางสังคม (Extraversion) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness) ด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) และด้านการศึกษายุ่งเกี่ยวกับการผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.191	.118		1.625	.106
ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (X1)	.227	.053	.258	4.318	.000*
ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ (X2)	.226	.054	.246	4.197	.000*
ด้านการแสดงออกทางสังคม (X3)	.198	.044	.227	4.518	.000*
ด้านความเห็นอกเห็นใจ (X4)	.075	.056	.084	1.334	.184
ด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (X5)	.039	.030	.048	1.298	.196
ด้านการศึกษายุ่งเกี่ยวกับการผู้ประกอบการ (X6)	.263	.041	.297	6.467	.000*
R = .900, R-Square = .810, Adjusted R-Square = .806, F = 191.131					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ การศึกษายุ่งเกี่ยวกับการผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.297 รองลงมา คือด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.258 ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.246 และลำดับสุดท้ายด้านการแสดงออกทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.227 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ในมิติของด้านการศึกษายุ่งเกี่ยวกับการผู้ประกอบการ ด้านบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ด้านบุคลิกภาพด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ และด้านบุคลิกภาพด้านการแสดงออกทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษา ในขณะที่ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้าน

ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ ไม่ส่งผลต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษา ค่า R^2 เท่ากับ 0.810 แสดงว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของสมรรถนะได้ถึงร้อยละ 81.00 และสามารถเขียนอยู่ในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$Zy = .258X1 + .246X2 + .227X3 + .297X6$$

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหัวใจ ประเทศจีน มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ด้านการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบเชิงบวกต่อแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการทั้งนี้อาจจะมาจากการเรียนรู้ในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการมีกระบวนการบ่มเพาะผู้เรียนตั้งแต่ต้นทางจนถึงจบการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sun, Shi & Zhang (2023) ที่ยืนยันยืนยันว่าการให้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ด้านผู้ประกอบการผ่านระบบการศึกษานั้น มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมวิธีคิดและทัศนคติผ่านการเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับหลักการธุรกิจ การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง และการคิดสร้างสรรค์ การทำงานโครงการ จะช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนและพัฒนาความสามารถเหล่านี้ ซึ่งส่งผลให้นักศึกษามีความพร้อมที่จะเผชิญกับความท้าทายในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น (Hmieleski & Corbett, 2008) นอกจากนี้ การศึกษายังช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อของผู้เรียนต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยการนำเสนอโอกาสและสร้างแรงบันดาลใจ ส่งเสริมความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ ผู้ที่ผ่านหลักสูตรจะมีพัฒนาการในด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ การระบุโอกาส และความสามารถในการจัดการทรัพยากรที่ดีขึ้น (Walter et al., 2021)

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวคิดแบบผู้ประกอบการตามแนวคิดทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์อาจจะมาจากการจัดการเรียนโดยให้ผู้เรียนทดลองทำจริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Zhao et al. (2010) ที่ยืนยันเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับความตั้งใจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดรับประสบการณ์ใหม่เป็นหนึ่งในปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่สำคัญที่สุดที่สัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจใหม่ อิทธิพลของบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ต่อพฤติกรรมแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะมองหาและประเมินโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อย่างกระตือรือร้นมากกว่า งานวิจัยเหล่านี้สอดคล้องและสนับสนุนแนวคิดที่ว่าบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ โดยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น ความอดทนต่อความไม่แน่นอน และการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ซึ่งเป็นลักษณะที่จำเป็นสำหรับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

ด้านการแสดงออกทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อแนวคิดแบบผู้ประกอบการอาจจะมาจากอิทธิพลของสังคมรอบข้างทำให้ผู้เรียนได้รับการโน้มน้าวใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leutner et al. (2014) ที่ยืนยันความเกี่ยวข้องกันระหว่างการเข้าสังคม การสร้างเครือข่าย และความมั่นใจในการสื่อสาร กลไกที่อธิบายความสัมพันธ์นี้ครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ความสามารถในการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทักษะการสื่อสารและการโน้มน้าวใจ (Grant, 2013) และความกล้าเสี่ยงร่วมกับการมองโลกในแง่ดี (Zhao et al., 2005) ยืนยันบทบาทของการแสดงออกทางสังคมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขณะที่งานวิจัยของ Newman et al. (2019) ศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบ Big Five ต่อพฤติกรรมแสวงหาโอกาสของผู้ประกอบการผลการศึกษาก็ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ส่งเสริมวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ โดยเอื้อต่อการสร้างเครือข่าย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การโน้มน้าวใจ และความกล้าที่จะเสี่ยง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

ด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบ มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อแนวคิดแบบผู้ประกอบการอาจจะจากผู้เรียนที่มีระเบียบวินัยจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Kozha et al. (2021) ที่ได้ศึกษาบทบาทของความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบในการบรรเทาผลกระทบด้านลบของความเครียดต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีความรับผิดชอบสูงสามารถจัดการกับความเครียดและรักษาประสิทธิภาพในการทำงานได้ดีกว่า แสดงให้เห็นว่าบุคลิกภาพด้านความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบเป็นรากฐานสำคัญของวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ โดยส่งเสริมการวางแผน การทำงานหนัก ความน่าเชื่อถือ ความรอบคอบ และความสามารถในการเอาชนะอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้สำหรับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจในสถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจว ประเทศจีน ผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สถาบันเทคโนโลยีหิ่วโจวควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการเนื้อหาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการเข้าไปในหลักสูตรบริหารธุรกิจอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูง เพื่อให้นักศึกษาได้รับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นอย่างสม่ำเสมอ
2. มีการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมนอกหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนาจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

การแข่งขันแผนธุรกิจ และการจัดตั้งชมรมหรือสโมสรผู้ประกอบการ เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์จริง

3. มีนโยบายและกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ การเป็นคนเปิดเผยและชอบเข้าสังคม และควมมีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบในหมู่นักศึกษา เช่น การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และการพัฒนาความเป็นผู้นำ

4. สร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาได้รับโอกาสในการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การฝึกงาน และการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรต่างๆ ที่สนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางครอบครัว วัฒนธรรมองค์กรของสถาบัน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

2. ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลกระทบระหว่างปัจจัยต่างๆ กับวิถีคิดแบบผู้ประกอบการในระยะยาว โดยอาจใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณแบบติดตาม (Longitudinal Study) เพื่อให้เข้าใจถึงพัฒนาการของวิถีคิดแบบผู้ประกอบการเมื่อเวลาผ่านไป

3. ศึกษาเปรียบเทียบวิถีคิดแบบผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาที่มีความแตกต่างกันในด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ประสบการณ์การทำงาน และความสนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างเหล่านี้

บรรณานุกรม

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium: What do we know and where do we go next? *International Journal of Selection and Assessment*, 9(12), 9-30.

Boonboot, K., Koolnaphadol, P., & Inang, P. (2022). The enhancement of adolescent student's growth mindset through integrated group counseling program with cognitivebehavioral theory and cognitive group activities. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 23(2), 372-380.

Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12-44.

<https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>

- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. Random House Publishing Group.
- Grant, A. M. (2013). *Give and take: A revolutionary approach to success*. Penguin Books.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 482-496.
- Kotwit, O., Ariratana, W., & Chintim, K. (2020). The priority need assessment of teacher's growth mindset development in school under office of Udonthani Primary Educational Service Area 3. *Journal of Educational Administration*, Khon Kaen University.
- Kozha, A., Zhumabekova, A., & Smagulova, A. (2021). The moderating role of conscientiousness in the relationship between entrepreneurial stress and performance. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(1), 1-15.
- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Li, X., & Zhang, T. (2018). Personality traits and entrepreneurial intentions: A cross-cultural study between China and Western countries. *Management International Review*, 58(1), 215-240. <https://doi.org/10.1007/s11575-017-0334-8>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Hartog, D. N. D., & Mueller, B. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of antecedents and consequences. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(1), 21-49.
- Onnom, C., Suwan, S., & Tantichuwet, P. (2023). Cultivating an entrepreneurial mindset in the new generation. *NKRAFA Journal of Humanities and Social Sciences*, 11, 92-107.
- Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology*, 14, 954118. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.954118>
- Tomaa, S.-G., Grigore, A.-M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and

entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443.

[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00111-7)

Walter, S. G., Dohse, D., & Walter, A. (2021). The long-term impact of entrepreneurship education in higher education. *Small Business Economics*, 57(1), 1-22.

Zhang, Y., Wang, D., & Li, W. (2022). Openness to experience and entrepreneurial opportunity recognition: The mediating role of information gathering.

**Journal of Business Research*, 145, 405-414.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2005). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Business Venturing*, 20(3), 261-291.