

อิทธิพลของทัศนคติ และสมรรถนะที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ของนักศึกษา

The Effects of Attitude and Self-efficacy Toward Entrepreneurial Intentions of Students

นุชจรี ภัคดีจอหอ*

Nutcharee Pakdeechoho*

Received : January 27, 2021 Revised : April 28, 2022 Accepted : June 8, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้สมรรถนะของตนเอง ที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 415 คน ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 – 3 ในระดับปริญญาตรี จาก 12 สาขาวิชา เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างยืนยันอิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและการรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการรับรู้สมรรถนะของตนเองและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นั่นคือ อิทธิพลของบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและการรับรู้สมรรถนะของตนเองที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการถูกค้นกลางด้วยทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ

คำสำคัญ : ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง

* อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

* Lecturer, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

* Corresponding author E-mail: nutcharee.p@nrru.ac.th

Abstract

The objective of this research is to investigate the effect of attitude toward entrepreneurship and self-efficacy on the entrepreneurial intentions of undergraduate students in the Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University. This study uses a questionnaire as a survey instrument. The data collected from the sample is analyzed by using statistical analysis. The results of the study show that there were 415 students who answered the questionnaire. They study in the 1st – 3rd year of a bachelor's degree in 12 programs. They are male and female who are 18 – 25 years' old. The result of the structural equation modeling analysis indicates the effects between variables. Family as a subjective norm and self-efficacy positively affect attitude toward entrepreneurship. Also, self-efficacy and attitude toward entrepreneurship have positive effects on entrepreneurial intentions. Therefore, the effects of family as a subjective norm and self-efficacy on entrepreneurial intentions are mediated by attitude toward entrepreneurship.

Keywords : Attitude toward entrepreneurship, Entrepreneurial Intentions, Self-efficacy

1. บทนำ

ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นหนึ่งในอาชีพที่หลายคนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจทั้งภาคการผลิตและบริการ อย่างไรก็ตาม มีบุคคลจำนวนไม่น้อยที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการแต่กลับพบกับความล้มเหลวในการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ คือ ปัจจัยจากภายในตัวผู้ประกอบการเองที่ต้องมีวิสัยทัศน์ และประสบการณ์เป็นคุณลักษณะสำคัญที่จะประสบผลสำเร็จ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)

ผู้ประกอบการซึ่งมักเป็นเจ้าของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นฐานรากสำคัญรองรับภาคการผลิตขนาดใหญ่ และภาคธุรกิจบริการภายในประเทศ โดยเฉพาะมูลค่าการส่งออกของ SMEs ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2563 (เดือนมกราคม – กันยายน) มีมูลค่า 1,742,456 ล้านบาท จากมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ 5,387,040 ล้านบาท ทำให้ SME มีสัดส่วนการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 32.3 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 25.2 ในปี 2561 และร้อยละ 27.0 ในปี 2562 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

ความต้องการเป็นผู้ประกอบการมีอยู่อย่างต่อเนื่อง แม้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวอันเนื่องมาจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่หลายประเภทธุรกิจต้องหยุดกิจการชั่วคราว เห็นได้จากจำนวนธุรกิจที่มีการขอจดทะเบียนก่อตั้งวิสาหกิจใหม่ในช่วง 8 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 44,542 ราย ซึ่งลดลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนสูงถึง 50,654 ราย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

คนรุ่นใหม่มีความสนใจและต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อาทิ การค้าออนไลน์ที่ทำให้การเริ่มต้นค้าขายทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็วมากขึ้น ลดข้อจำกัดการใช้เงินลงทุนสูง รวมถึงกระแสธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start Up) ที่มีภาพลักษณ์ความทันสมัย ซึ่งเป็นเรื่องน่าท้าทายและดึงดูดใจ รวมถึงความต้องการประกอบอาชีพอิสระหรือเป็นนายตัวเอง (จิราวัฒน์ จารุพันธ์, 2562) คนรุ่นใหม่พุ่งเป้าไปที่ผลลัพธ์ความสำเร็จ

มากกว่าวิธีการที่เน้นระเบียบแบบแผน เน้นอิสระยืดหยุ่นไม่ปิดกั้นหรือยึดติดกับการทำงานในสำนักงาน และต้องการความเท่าเทียมไม่จำกัดสิทธิในการแสดงความคิดเห็น (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2562) จากปัจจัยทางเทคโนโลยีและความต้องการทำให้คนรุ่นใหม่มีความสนใจหรือใฝ่ฝันที่จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง มีโอกาสและสามารถเริ่มต้นธุรกิจตัวเองได้ตั้งแต่วัยเป็นนักเรียนนักศึกษา (จิราวัฒน์ จารุพันธ์, 2562)

สมรรถนะของผู้ประกอบการทั้งความรู้ ความคิด ทักษะและความสามารถเป็นปัจจัยเริ่มต้นสำคัญในความสำเร็จหรือล้มเหลว ไม่ใช่ผู้ประกอบการทุกรายที่จะดำเนินธุรกิจได้ประสบความสำเร็จ มีผลกำไร และร่ำรวยได้ ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ต้องล้มเหลว เลิกกิจการ หรืออาจมีหนี้สินจำนวนมาก สาเหตุหลักประการหนึ่ง คือ มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการน้อย การขาดประสบการณ์จะทำให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ง่ายโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ มักเริ่มต้นด้วยคุณสมบัติส่วนบุคคลที่สำคัญ คือ การเป็นผู้ที่มองเห็นช่องทางต่าง ๆ สามารถเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส และดำเนินธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์ (บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย., 2562) ผู้ประกอบการจึงต้องมีทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการ มองโลกเชิงบวกสามารถให้ทั้งพลังใจ พลังกาย และสติปัญญาในการแก้ไขปัญหา พันฝ่าอุปสรรคทางธุรกิจ

ปัจจุบันมีการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะสถาบันระดับอุดมศึกษาที่มีหลักสูตรหรือวิชา การเป็นผู้ประกอบการ ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจด้านธุรกิจได้ศึกษาความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ศาสตร์ความรู้เพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างให้บุคคลเป็นผู้ประกอบการได้ เนื่องจาก ผู้ประกอบการย่อมต้องมีพลังกายและพลังใจที่มุ่งมั่นตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการสร้างและดำเนินธุรกิจของตนเองไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ แม้มีอุปสรรคก็พร้อมแก้ไขโดยไม่ย่อท้อ ดังนั้น การเข้าใจในปัจจัยภายในตัวบุคคลที่ส่งผลให้นักศึกษารุ่นใหม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริงจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นรากฐานการพัฒนาคุณสมบัติภายในตัวผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในอนาคตได้

ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าวิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้สมรรถนะของตนเองที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งเป็นหนึ่งในหลายสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตในหลายสาขาวิชา และหลักสูตรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ คือ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต นิเทศศาสตร์บัณฑิต และศิลปศาสตรบัณฑิต (การโรงแรม) โดยผลการศึกษาค้นคว้าจะนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน การจัดอบรมเพื่อพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการได้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่แสวงหาโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่และดำเนินธุรกิจด้วยความพยายามมุ่งมั่น อดทนอย่างเต็มที่เพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ (กตัญญู หิรัญญสมบุญ, 2557) คุณสมบัติสำคัญของผู้ประกอบการ มักมีความต้องการจะประสบความสำเร็จสูง มีวิสัยทัศน์และเชื่อมั่นในตนเอง ยอมรับความเสี่ยงและมีความยืดหยุ่น มีความคิดสร้างสรรค์ มนุษย์สัมพันธ์ความรับผิดชอบ รวมถึงความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติในบทบาทผู้นำ (Leadership) และสัมพันธ์ภาพ (Relationship) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีบทบาทสำคัญแตกต่างจากผู้บริหาร คือ ความเป็นเจ้าของในธุรกิจ (Ownership) (บุญทวรรณ วิงวอน, 2556)

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (The Theory of Planned Behavior - TPB) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่มาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of reasoned action - TRA) ถูก

นำมาเป็นฐานในการศึกษาความตั้งใจและการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ รวมถึงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอิทธิพลมาจากทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะตนเอง และบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ถูกอ้างอิงในการพยากรณ์และอธิบายพฤติกรรมของบุคคลซึ่งมาจากความตั้งใจหรือเจตนาที่จะแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) เกิดมาจาก 3 ปัจจัยหลัก (Ajzen, 1991) คือ 1) ทัศนคติ (Attitudes) 2) บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (Subjective norms) และ 3) การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) โดยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมสามารถแยกย่อยได้เป็น 3.1) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived self-efficacy) และ 3.2) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived controllability) (Ajzen, 2002) โดยบุคคลจะตั้งใจกระทำสิ่งใดที่ตนเองเชื่อมั่น และบุคคลสำคัญรอบข้างเชื่อว่าควรกระทำ ความตั้งใจที่มุ่งมั่นและแน่วแน่จะยิ่งส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกหรือพฤติกรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คือ ความมุ่งมั่นในมติความตั้งใจแน่วแน่ (Determine) และความต้องการ (Desire) ที่บุคคลจะริเริ่มและดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการมักเริ่มต้นจากบุคคลที่มีแรงบันดาลใจ รักในความอิสระ และความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (คมกริช นันทะโรจวงศ์ และคณะ, 2561) รวมถึงมีความเชื่อมั่นในศักยภาพและความสร้างสรรค์ของตนเอง สามารถมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ, 2563) ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะผลักดันให้บุคคลมีการริเริ่มและมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ (Hisrich et al., 2017)

ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ คือ แรงจูงใจสำคัญของแต่ละบุคคลที่มีความชื่นชอบหรือความคิดเห็นเชิงบวกต่อการที่ตนเองจะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่ง Ajzen (1991) ระบุว่า ทัศนคติ หรือ เจตคติต่อพฤติกรรม หมายถึง ระดับซึ่งบุคคลประเมินได้ว่าตนมีความชื่นชอบในเชิงบวกหรือความคิดเห็นในเชิงลบที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวัง (Expectations) และความเชื่อ (Beliefs) ของแต่ละบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ของพฤติกรรม Gibson et al. (2011) ระบุว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในความพร้อม การเรียนรู้ และจัดการผ่านประสบการณ์ในการตอบสนองของบุคคลต่อบุคคลอื่นต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์ ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ด้านอารมณ์ (Affective) ด้านการคิดการรับรู้ (Cognitive) และด้านพฤติกรรม (Behavioral) ซึ่งจะเกิดเมื่อมีสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ทำให้บุคคลตอบสนองในรูปแบบอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำ ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสนใจอยากทำธุรกิจ (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559) และมีวิสัยทัศน์เป็นภาพแห่งความสำเร็จ เกิดเป็นพลังความมุ่งมั่นทำงานให้ประสบผลสำเร็จเป็นรูปธรรม

การรับรู้สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ คือ ความเชื่อมั่นในความสามารถที่ตนเองจะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ (Hisrich et al., 2017) จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การรับรู้สมรรถนะของตนเอง เป็นความเชื่อในความสามารถของตนเองที่จะกระทำทำให้ประสบผลสำเร็จ (Bandura, 1998) โดยการรับรู้สมรรถนะตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมที่มักจะส่งผลต่ออีกหลายปัจจัยของการเกิดพฤติกรรม และเกี่ยวข้องกับการจัดการกับความง่ายหรือความยากของการกระทำพฤติกรรม (Ajzen, 2002)

บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง คือ การรับรู้แรงกดดันจากสังคมที่มีต่อการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม ทั้งในรูปแบบความเชื่อ อิทธิพล หรือความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงย่อมมีผลต่อการกระทำพฤติกรรมของบุคคล (Ajzen, 1991) โดยกลุ่มอ้างอิงสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อมั่นภายในจิตใจของบุคคล รวมถึงการเป็นต้นแบบของพฤติกรรม (Role model) คือ ครอบครัว เพื่อน และบุคคลสำคัญซึ่งเป็นผู้ใกล้ชิด (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559; Solesvik, 2013)

ทั้งนี้ งานวิจัยในอดีตได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว สรุปได้เป็น 2 ประเด็น คือ 1) ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และ 2) ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลระหว่างกัน โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งอ้างอิงจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยืนยันได้ว่า ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม และบรรทัดฐานค่านิยมในสังคม ส่งผลต่อการเกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการทั้งในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา (คมกริช นันทะโรจวงศ์ และคณะ, 2561; Al-Shammari & Waleed, 2018; Iakovleva et al., 2011) และกลุ่มคนวัยทำงานที่ต้องการผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้นั้นจะมีความชื่นชมหลงใหลในการที่จะประกอบธุรกิจ รับรู้ถึงขีดความสามารถของตนเองว่ามีความเหมาะสมและเล็งเห็นถึงโอกาสในโลกธุรกิจ (กฤติน โภยวิริยะกุล, 2562) โดยมีรายละเอียดแต่ละความสัมพันธ์ดังนี้

1.1 ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติหรือความคิดเห็นที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยภายในด้านจิตใจของบุคคลที่ส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Ferreira et al., 2012; Zhang & Cain, 2017) โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษา เจตคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสามารถสร้างได้จากการจัดการศึกษาสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ (อนงค์ รุ่งสุข, 2559) กล่าวโดยสรุปคือ ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

1.2 การรับรู้สมรรถนะของตนเองและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเองเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล ในเชิงจิตวิทยาเมื่อบุคคลรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ก็ย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความมั่นใจและแน่วแน่ตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Pedrini et al., 2017; Sesen, 2013) นั่นคือ การรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

1.3 บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางสังคมและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเปรียบเสมือนค่านิยมในสังคม โดยเฉพาะจากครอบครัวเป็นปัจจัยภูมิหลังส่วนบุคคล (Farrukh et al., 2017) ที่ส่งผลต่อความคิดเจตคติสำหรับกลุ่มเยาวชนหรือกลุ่มนักศึกษาที่ถือกำเนิดและเติบโตในครอบครัวที่ประกอบการธุรกิจย่อมส่งผลให้ผู้นั้นเกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น (ณัฐวุฒิ วิเศษ, 2552; Henley et al., 2017; Moreno-Gómez et al., 2019) นั่นคือ บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

2. การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงสามารถเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุให้เกิดทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดแต่ละความสัมพันธ์ดังนี้

2.1 การรับรู้สมรรถนะของตนเองส่งผลต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาในอดีตมีความเห็นต่างของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สมรรถนะของตนเองและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ด้านหนึ่งกล่าวว่า ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลให้บุคคลรับรู้สมรรถนะของตนเอง (มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559; Laviolette et al. 2012) หากพิจารณาจาก Gibson et al. (2011) ที่ระบุว่า ทัศนคติคือสิ่งที่เรียนรู้หรือจัดการได้จากประสบการณ์ นั่นคือ เมื่อบุคคลมีความเข้าใจและรับรู้ได้อย่างแน่ชัดว่าตนเองมีความสามารถ คุณลักษณะ ตลอดจนความรู้ทักษะความถนัดทางธุรกิจ ซึ่งก็จะนำไปสู่ความมั่นใจในตนเองและมีเจตคติว่าการทำธุรกิจเป็นสิ่งที่ดีเหมาะสมกับ

ตนเอง เกิดเป็นแรงปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการต่อไป (Arshad et al., 2016; Boukamcha, 2015) ดังเช่น การศึกษาด้านพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการของ Yeo et al. (2017) ซึ่งพบว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ความเชื่อและความตั้งใจ หรืออาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติส่วนหนึ่งมีที่มาจากการรับรู้ความสามารถ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกนี้ไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้

2.2 บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีอิทธิพลต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเจตคติสำคัญเกิดจากการสั่งสอน ปลูกฝัง อบรมจากครอบครัว ผู้ปกครอง (Ferreira et al., 2012) และความชื่นชมชื่นชอบในบุคคลต้นแบบในสังคม (Role model) (มารยาท โยทงยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559; Laviolette et al., 2012) สามารถสร้างให้บุคคลโดยเฉพาะเยาวชนรับรู้ถึงแรงสนับสนุนหรือกระแสดความนิยมจากสังคมจนเกิดทัศนคติที่ดี และมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นั่นคือ บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และส่งอิทธิพลเชิงบวกนี้ไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

จากที่กล่าวมาสามารถจัดเรียงลำดับความสัมพันธ์ กำหนดเป็นสมมติฐานและกรอบแนวคิด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัว และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 2 (H2) การรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 3 (H3) ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

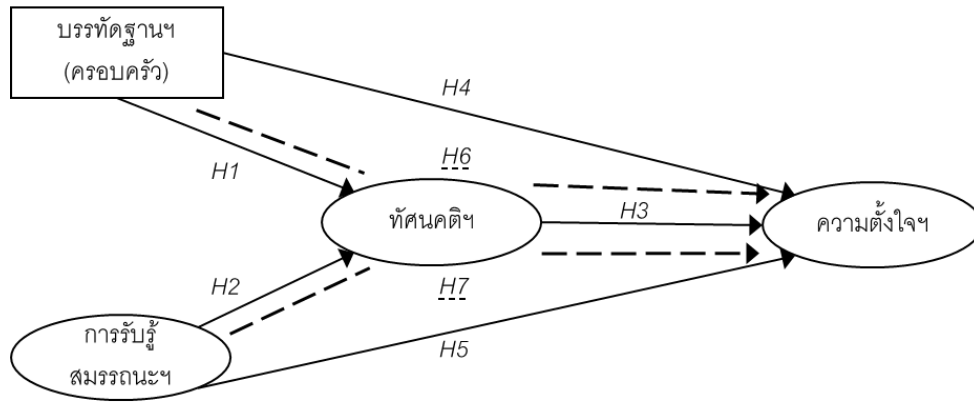
สมมติฐานที่ 4 (H4) บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 5 (H5) การรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 6 (H6) บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผ่านทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 7 (H7) การรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผ่านทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดการวิจัย



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 – 3 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 2,468 คน โดยคณะวิทยาการจัดการเปิดสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จำแนกเป็น 2 กลุ่มหลักสูตร จำนวน 12 สาขาวิชา 1) กลุ่มหลักสูตรบริหารธุรกิจ มี 8 สาขาวิชา คือ การจัดการ การจัดการโลจิสติกส์ การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การเงินและการธนาคาร การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และการบัญชี และ 2) กลุ่มหลักสูตรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จำนวน 4 สาขาวิชา ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดการโรงแรม เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ จากการศึกษาในอดีตพบว่านักศึกษาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้คือ ผู้ที่มีความสนใจหรือตั้งใจประกอบอาชีพในสายธุรกิจมากกว่าสาขาวิชาอื่น (Solesvik, 2013)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากอำนาจทางสถิติในการวิเคราะห์ที่ใช้ควรมีขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Hair et al., 2014) ดังนั้นจากจำนวน 16 ข้อคำถาม คิดเป็นจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 320 ตัวอย่าง การศึกษานี้จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) จากการจำแนกประชากรเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามสาขาวิชาทั้ง 12 สาขาวิชา และชั้นปีทั้ง 3 ชั้นปี และนำจำนวนในแต่ละสาขาวิชาในแต่ละชั้นปีคูณด้วยสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างต่อประชากรซึ่งมีค่าประมาณร้อยละ 16 เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายครอบคลุมประชากรและทำให้หน่วยกลุ่มย่อยมีลักษณะคล้ายกัน จากนั้นจึงสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบเจาะจง (Purposive sampling) และบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อยนั้น เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง (Babbie, 2020)

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ศึกษารวบรวมข้อคำถามของตัวแปรโครงสร้าง ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จากงานวิจัยในอดีตซึ่งต้นฉบับที่เป็นภาษาอังกฤษ จึงได้ให้นักวิชาการแปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทย และให้นักวิชาการอีกท่านแปลจากภาษาไทยกลับเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของความหมายก่อนนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงและเชื่อมั่น แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบ เพศ อายุ ชั้นปี สาขาวิชา ระดับผลการเรียนเฉลี่ย และอาชีพผู้ปกครองซึ่งเป็นตัวแปรบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงทางครอบครัวในรูปแบบตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจค้าขายหรืออาชีพอิสระ และมีค่าเท่ากับ 0 เมื่อผู้ปกครองอาชีพอื่น เช่น รับราชการ รัฐวิสาหกิจ บุคลากรองค์กรเอกชน หรือเกษตรกรรม ซึ่งปรับปรุงจาก Fietze และ Boyd (2017) และ Solesvik et al. (2012)

ส่วนที่ 2 – 4 คำถามตัวแปรโครงสร้างทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ มีรูปแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Likert scale) ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด โดยส่วนที่ 2 ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อคำถาม ปรับปรุงจาก Al-Shammari และ Waleed (2018), Solesvik (2013) และ Vuorio et al. (2018) ส่วนที่ 3 การรับรู้สมรรถนะของตนเอง จำนวน 6 ข้อคำถาม ปรับปรุงจาก Boukamcha (2015) และ Vuorio et al. (2018) และส่วนที่ 4 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อคำถาม ปรับปรุงจาก Al-Shammari และ Waleed (2018), Solesvik (2013) และ Vuorio et al. (2018) โดยในส่วนต้นของแบบสอบถามได้ระบุนิยาม คำว่า “ผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการธุรกิจ คือ บุคคลที่ก่อตั้งองค์การเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลตอบแทนคือความพึงพอใจของลูกค้า พนักงาน คู่ค้าและผลกำไร” เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจตรงกัน

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ในขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการประเมินความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน นำผลประเมินมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) โดยทุกข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องไม่น้อยกว่า 0.67 ซึ่งมากกว่า 0.5 ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากนั้นจึงนำไปทดลองเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha (α) coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.928 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.6 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อคำถามทั้ง 16 ข้อ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.549 และ 0.718 ซึ่งมากกว่า 0.5 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อเช่นกัน (Hair et al., 2014) โดยสรุปจึงยืนยันค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ 4 ขั้นตอน คือ 1) สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลเบื้องต้น 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor analysis: EFA) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) หมุนแกนวิธี Varimax เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรสังเกต 3) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis: CFA) เพื่อยืนยันและตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในเชิงโครงสร้าง และ 4) วิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์แบบ Maximum likelihood (ML) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงโครงสร้างตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย โดย Preacher และ Hayes (2008) ได้นำเสนอการประเมินอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรคั่นกลาง (Mediation) ด้วยวิธี Bootstrapping ที่ช่วงเชื่อมั่น (Confidence interval) 95% และการเลือกตัวอย่างซ้ำ (Resampling) 1,000 ชุด

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติและนำมาอภิปรายผล นำเสนอ 5 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ 3) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 4) ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และ 5) การอภิปรายผล ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 415 คน มีข้อมูลลักษณะประชากร ดังนี้ 1) เพศชาย จำนวน 86 คน เพศหญิง 329 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 79.3 ตามลำดับ 2) อายุ 18 - 19 ปี จำนวน 113 คน 20 - 21 ปี จำนวน 225 คน และ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2, 54.2 และ 18.6 ตามลำดับ 3) ชั้นปี 1 จำนวน 125 คน ชั้นปี 2 จำนวน 149 คน และชั้นปี 3 จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1, 35.9 และ 34.0 ตามลำดับ 4) สาขาวิชา แบ่งเป็น สาขาวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ จำนวน 298 คน และสาขาวิชาในหลักสูตรอื่น จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 และ 28.2 ตามลำดับ 5) ระดับผลการเรียนเฉลี่ย 2.00 - 2.49 จำนวน 81 คน ระดับ 2.50 - 2.99 จำนวน 174 คน ระดับ 3.00 - 3.49 จำนวน 124 คน และระดับ 3.50 ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5, 41.9, 29.9 และ 8.7 ตามลำดับ และ 6) ผู้ปกครองประกอบกิจการธุรกิจหรืออาชีพอิสระจำนวน 244 คน ผู้ปกครองประกอบอาชีพอื่น เช่น รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานธุรกิจเอกชน เกษตรกร ฯลฯ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และ 41.2 ตามลำดับ

ทั้งนี้ เพื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรแทรกซ้อนและลดความแปรปรวนในการวิจัย สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล คือ ชั้นปี และกลุ่มหลักสูตรที่ศึกษาไม่ให้มีอิทธิพลต่อตัวแปรที่ศึกษา ก่อนการทดสอบสมมติฐานจึงได้มีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรทั้ง 16 ข้อคำถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างชั้นปี และสถิติทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่ม (Independent Sample T-Test) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างหลักสูตร ผลการทดสอบสถิติ พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ของค่าเฉลี่ย 16 ข้อคำถาม ในกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 2 และ 3 และในกลุ่มนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจและนักศึกษาหลักสูตรอื่น สอดคล้องกับการกำหนดและสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรแทรกซ้อนและลดความแปรปรวนในการวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2543)

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ข้อคำถาม พบว่า ปรากฏอยู่ใน 3 ปัจจัย ด้วยค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin: KMO เท่ากับ 0.934 ค่า Bartlett's Test of Sphericity (χ^2/df) เท่ากับ 3744.416/120 (Sig. < 0.05) โดยมีค่า Eigen value ทั้ง 3 ปัจจัย เท่ากับ 3.910, 3.541 และ 2.975 ตามลำดับ ค่าร้อยละความผันแปร (Variance) เท่ากับ 24.438, 22.128 และ 18.593 ตามลำดับ คิดเป็นผลรวมความผันแปร (Total Variance) เท่ากับ 65.160 เมื่อพิจารณารายตัวแปรทั้ง 16 ตัวแปร มีค่าความร่วมกัน (Communality) อยู่ระหว่าง 0.567 ถึง 0.772 และค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ซึ่งมากกว่า 0.50 ปรากฏเพียงในปัจจัยเดียว มีค่าระหว่าง 0.542 ถึง 0.825 (Hair et al., 2014) ค่าสถิติดังกล่าวยืนยันได้ว่ามีตัวแปรโครงสร้างจำนวน 3 ตัวแปร คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง และทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีตัวแปรสังเกตเป็นองค์ประกอบจำนวน 5, 6 และ 5 ข้อคำถาม ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปร ซึ่งเป็นองค์ประกอบใน 3 ปัจจัย จำเป็นต้องมีการปรับโมเดลการวัด (Measurement model) โดยการตัดตัวแปรสังเกตจำนวน 3 ตัวแปร ซึ่งมีค่า Loading น้อยกว่า 0.7 และค่า R^2 น้อยกว่า 0.5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562;

Hair et al., 2014) ดังนั้น ตัวแปรโครงสร้างทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ จึงประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกต (ตัด 1 ข้อคำถาม) ตัวแปรโครงสร้างการรับรู้สมรรถนะของตนเองประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกต (ตัด 2 ข้อคำถาม) และตัวแปรโครงสร้างความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีจำนวน 5 ตัวแปรสังเกต รวมถึงตัวแปรหุ่นสำหรับบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (SJN) อาชีพของผู้ปกครอง จึงได้ค่าสถิติที่แสดงถึงความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ Chi-square (χ^2) = 132.180 (df = 70, p = 0.000), χ^2/df = 1.888, GFI = 0.957, AGFI = 0.936, IFI = 0.980, NFI = 0.958, CFI = 0.980, RMSEA = 0.046 และ PCLOSE = 0.678 ซึ่งเห็นได้ว่า χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2, ค่า GFI และ AGFI มีค่ามากกว่า 0.9, IFI, NFI, และ CFI มีค่ามากกว่า 0.95, และ RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.07 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.724 – 0.852 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.524 – 0.726 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562; Hair et al., 2014) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปร โครงสร้าง	ตัวแปรสังเกต (ข้อคำถาม)	Loading ($p < 0.001$)	R^2
ทัศนคติ (ATT)	1.ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นอาชีพที่ดึงดูดใจฉันมาก (ATT2)	0.724	0.524
	2.การทำธุรกิจต้องมีโอกาสและทุนที่มากเพียงพอ (ATT3)	0.744	0.553
	3.ฉันจะมีความพึงพอใจหากได้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (ATT4)	0.801	0.642
	4.ถ้ามีโอกาสเลือกอาชีพได้ ฉันจะเลือกเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (ATT5)	0.726	0.526
การรับรู้ (EFF)	1.ฉันสามารถทำงานได้สำเร็จบรรลุเป้าหมายตามที่ฉันกำหนดได้ (EFF1)	0.733	0.537
	2.ฉันสามารถทำงานที่ยากลำบากให้สำเร็จได้ (EFF2)	0.763	0.582
	3.ฉันสามารถทำงานจนก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีสำหรับฉันได้ (EFF3)	0.748	0.559
	4.ฉันมีความพยายามที่จะทำทุกงานให้ประสบความสำเร็จได้ (EFF4)	0.725	0.526
ความตั้งใจ (INT)	1.เป้าหมายอาชีพของฉันคือการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (INT1)	0.744	0.553
	2.ฉันพร้อมทำทุกอย่างเพื่อให้ได้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (INT2)	0.822	0.676
	3.ฉันพยายามทำทุกอย่างที่จะเริ่มและดำเนินธุรกิจของตัวเอง (INT3)	0.852	0.726
	4.ฉันตัดสินใจที่จะสร้างธุรกิจของตนเองในอนาคต (INT4)	0.784	0.615
	5.ฉันคิดวางแผนอย่างจริงจังเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง (INT5)	0.816	0.666

การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า 1) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน จากค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มีค่าระหว่าง 0.551 – 0.647 และความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: CR) มีค่าระหว่าง 0.831 ถึง 0.902 และ 2) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ด้วยค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรายคู่ (Bivariate Correlation) ที่อยู่ระหว่าง 0.120 ถึง 0.749 ค่าสถิติดังกล่าวยืนยันความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Hair et al., 2014) ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

ตัวแปร	AVE	CR	Correlation		
			ATT	EFF	INT
ATT	0.561	0.836	-		
EFF	0.551	0.831	0.739***	-	
INT	0.647	0.902	0.749***	0.685***	-
SJN	-	-	0.121*	0.003	0.120*

Sig * = $p < 0.05$, *** = $p < 0.001$

4.4 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

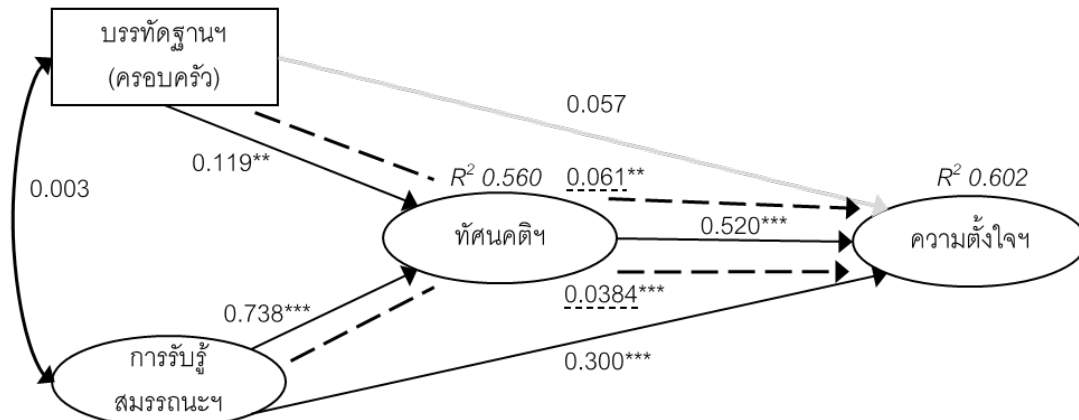
ในการทดสอบ 7 สมมติฐานการวิจัย จากโมเดลการวัด 3 ตัวแปรโครงสร้าง และ 1 ตัวแปรหุ่น ค่าสถิติการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า 1) ภาพรวมโมเดลมีความสอดคล้อง $\chi^2 = 132.180$ ($df = 70$, $p = 0.000$), $\chi^2/df = 1.888$, GFI = 0.957, AGFI = 0.936, IFI = 0.980, NFI = 0.958, CFI = 0.980, RMSEA = 0.046; PCLOSE = 0.678 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และ 2) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม คำนวณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีระดับนัยสำคัญ p -value น้อยกว่า 0.01 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562; Hair et al., 2014) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของปัจจัยทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเท่ากับร้อยละ 56.0 และ 60.2 ตามลำดับ จึงยอมรับ 6 สมมติฐาน และปฏิเสธ 1 สมมติฐาน นั่นคือ ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางโดยสมบูรณ์ (Full mediation) ของความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial mediation) ของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สมรรถนะของตนเองที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังตาราง 3 และรูปภาพประกอบ 2

ตาราง 3 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	อิทธิพล			R^2	ผลทดสอบสมมติฐาน
		ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม		
ATT	SJN	0.119**	-	0.119**	0.560	ยอมรับ H1
	EFF	0.738***	-	0.738***		ยอมรับ H2
INT	SJN	0.057	0.061**	0.118**	0.602	ปฏิเสธ H4, ยอมรับ H6
	EFF	0.300***	0.384***	0.684***		ยอมรับ H5, H7
	ATT	0.520***	-	0.520***		ยอมรับ H3

Sig ** = $p < 0.01$, *** = $p < 0.001$

รูปภาพประกอบ 2
ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง



4.5 อภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ทางสถิติสามารถแปรผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ 3 ประเด็น ดังนี้

4.5.1 อิทธิพลของการรับรู้สมรรถนะของตนเองต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้สมรรถนะของตนเองเป็นปัจจัยสาเหตุทั้งทางตรงที่นำไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และทางอ้อมผ่านทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้ระบุว่าความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคลย่อมมาจากการรู้จักตัวเองทั้งด้านความสามารถและการควบคุมตนเอง สอดคล้องกับการศึกษา คมกริช นันทะโรจพงศ์ และคณะ (2562), อนงค์ รุ่งสุข (2559), Farrukh et al. (2017), Kickul et al. (2008), Santos & Liguori (2019) และ Sesen (2013) ที่ยืนยันว่า การที่บุคคลรับรู้เข้าใจความสามารถตนเองว่าเหมาะสมที่จะทำธุรกิจจะเป็นแรงสนับสนุนอย่างชัดเจนให้บุคคลมุ่งมั่นอย่างแน่วแน่ที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ Arshad et al. (2016) ซึ่งค้นพบว่า การรับรู้เข้าใจความสามารถตนเองนี้ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกดี ขึ้นชอบที่จะเป็นผู้ประกอบการ และนำไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นสรุปได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างการศึกษาคั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการซึ่งหลักสูตรมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับองค์การภาคธุรกิจ นักศึกษามีโอกาสได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติ ทำให้นักศึกษาอาจได้รู้ความสามารถของตนเองในด้านธุรกิจ เกิดความชอบและเจตคติที่ดี ทำให้มีความมั่นใจและตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับ มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา (2559) และ Laviolette et al. (2012) ที่ระบุว่า ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการนำไปสู่การรับรู้สมรรถนะของตนเองก่อนจึงส่งผลต่อไปที่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ แต่เมื่อพิจารณาผลการศึกษาคั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อนักศึกษาสามารถรับรู้ถึงศักยภาพ ความสามารถ ความถนัดของตนเอง เกิดความรู้สึกดีเมื่อทำสิ่งใดแล้วประสบผลสำเร็จ มีเจตคติที่ดีและความมั่นใจจนเกิดเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะกระทำหรือแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านนั้น แต่หากนักศึกษพบว่าตนเองทำเรื่องใดได้ไม่ดีพอหรือไม่ประสบผลสำเร็จ อาจเกิดอคติต่อสิ่งนั้น และไม่มุ่งมั่นตั้งใจหรือพยายามที่จะกระทำสิ่งนั้น

4.5.2 อิทธิพลของบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ครอบครัวหรือผู้ปกครองมีผลกระตุ้นให้เกิดทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา แต่ไม่ปรากฏผลโดยตรงชัดเจนให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยผลการศึกษาคั้งนี้อธิบายเพิ่มเติมได้ว่าเนื่องจากนักศึกษากลุ่มที่มีผู้ปกครองเป็นผู้ประกอบการหรือมีอาชีพอิสระจะทำให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีในการเป็น

ผู้ประกอบการ จากการได้เห็นและความคุ้นเคยตั้งแต่วัยเด็กจนเติบโต เห็นถึงประโยชน์การเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้ ทำให้มีมุมมองความสนใจต่ออาชีพผู้ประกอบการ แล้วจึงเลือกมาศึกษาจนเกิดความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาของ มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา (2559) และ Henley et al. (2017) ที่ยืนยันว่า บรรทัดฐานค่านิยมของสังคมจากกลุ่มต่าง ๆ เป็นแรงผลักดันส่งเสริมให้บุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการก่อนนำไปสู่ความมุ่งมั่นตั้งใจจริง

แม้ผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นพบของ Farrukh et al. (2017) ที่ระบุว่า ครอบครัวมีอิทธิพลโดยตรงต่อนักศึกษาที่จะมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และมุมมองจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ระบุว่าบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงเป็นสาเหตุก่อให้เกิดความตั้งใจของบุคคล ทั้งนี้ อิทธิพลทางตรงที่ไม่ปรากฏขึ้นอาจเกิดจากการศึกษาค้นคว้าเน้นเฉพาะกลุ่มบุคคลอ้างอิงด้านครอบครัวเท่านั้น รวมถึงปัจจัยลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันแต่ละพื้นที่ทำให้บุคคลตอบสนองต่อบรรทัดฐานทางสังคมของตนในระดับความตั้งใจกระทำน้อยแตกต่างกัน (Liñán et al., 2011) รวมถึง กาญจนา คำสมบัติ และคณะ (2562) ระบุว่า บุคคลในวัยเรียนจะรับรู้จากประสบการณ์บุคคลอื่นที่มีความสามารถใกล้เคียงกับตนเองเป็นต้นแบบ หากต้นแบบประสบความสำเร็จได้บุคคลก็จะมีเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมากขึ้น จึงอาจสรุปได้ว่า ประสบการณ์จากบุคคลต้นแบบเพียงโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกชอบชื่นชมในบุคคลต้นแบบ แต่อาจไม่สามารถผลักดันให้เกิดความตั้งใจอย่างแน่วแน่โดยขาดการรับรู้ความสามารถและความพร้อมของตนเอง หากบุคคลมีความมั่นใจในความสามารถ มีโอกาสและความพร้อมจึงจะเกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

4.5.3 อิทธิพลของทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการย่อมทำให้มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูง สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและการศึกษาของ กฤติน โภยวิริยะกุล (2562), อนงค์ รุ่งสุข (2559), Al-Shammari และ Waleed (2018), Aragon-Sanchez et al. (2017), Ferreira et al. (2012) และ Zhang และ Cain (2017) ที่ยืนยันว่าทัศนคติที่ดีที่บุคคลมีต่อการเป็นผู้ประกอบการส่งผลอย่างชัดเจนให้บุคคลเกิดความมุ่งมั่นที่จะนำตนเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ อาจกล่าวได้ว่า ความชื่นชอบ ความคาดหวัง และความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยด้านจิตใจภายในตัวบุคคลให้เกิดการกระทำพฤติกรรม เมื่อนักศึกษาคิดเห็นหรือเชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ดี มีอิสระเป็นนายตัวเอง ทำให้มีความสนใจ ชื่นชอบ จนเกิดเป็นความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

กล่าวโดยสรุปคือ การรับรู้สมรรถนะของตนเองและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการล้วนเป็นปัจจัยสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยการรับรู้สมรรถนะของตนเองเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่จะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่ออาชีพจนเกิดเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงปัจจัยบุคคลใกล้ชิดด้านครอบครัวมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมทัศนคติที่ดีด้วยเช่นกัน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งพัฒนาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยนำเพียงส่วนหนึ่งของบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง คือ ด้านครอบครัว และการรับรู้ถึงการควบคุม คือ การรับรู้สมรรถนะของตนเอง มาศึกษาอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น การศึกษาเพิ่มเติมให้ครอบคลุม บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านอื่น ๆ เช่น ด้านต้นแบบทางสังคม บุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม จะสามารถอธิบายปรากฏการณ์ของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้มากยิ่งขึ้น

ประชากรในการศึกษา สามารถขยายขอบเขตประชากรสู่กลุ่มนักศึกษาในระดับการศึกษาและสาขาวิชาต่าง ๆ และประชากรกลุ่มช่วงวัยอื่น ๆ เช่น วัยทำงาน ซึ่งจะสามารถนำมาวิเคราะห์โมเดลเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรตามภูมิหลังเพื่อขยายขอบเขตข้อค้นพบได้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการศึกษานำไปสู่ แนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนานักศึกษา และการพัฒนาหลักสูตร เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการสำหรับบุคคลทั่วไป รวมไปถึงเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) กลุ่มอาชีพ หรือวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มต้นจากการสร้างให้เกิดการรับรู้สมรรถนะของตนเอง การมีทัศนคติที่ดี ดังนี้

1) การสร้างหรือส่งเสริมให้บุคคลรู้จักตนเอง รับรู้ความถนัดของตนเอง และความสามารถที่จะอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และพยายามที่จะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดได้มากน้อยเพียงใด รวมถึงพัฒนาให้บุคคลสามารถประเมินระดับความสามารถของตนในงานต่าง ๆ และเปรียบเทียบความสามารถของตนเองกับบุคคลอื่นได้อย่างเหมาะสม

2) การส่งเสริมทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการมุ่งเน้นให้บุคคลเกิดเจตคติที่ดีต่อการประกอบธุรกิจซึ่งจะสร้างให้เกิดประโยชน์และคุณภาพชีวิตในอนาคต สร้างให้มีใจรักในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดพลังผลักดันภายในตัวเอง

3) การส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยการเพิ่มเติมความรู้และทักษะการเริ่มต้นธุรกิจหรือการเป็นผู้ประกอบการในเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างประสบการณ์ให้บุคคลได้มีโอกาสรับรู้ประเมินความสามารถตนเอง และความชอบที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นผลย้อนกลับไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมุ่งมั่นและพยายามสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กัตัญญ หิริญญสมนุญณ์. (2557). *การประกอบการ*. ปทุมธานี : ยูไอเฟน.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป.). *ผู้ประกอบการยุคใหม่ทำอะไรจึงจะสำเร็จ*. ค้นเมื่อ 24

มีนาคม 2565, จาก <https://nec.dip.go.th/ebook/book12/book12.pdf>

กฤตินิ โกยวิริยะกุล. (2562). ความตั้งใจในการผันตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของนักพัฒนาซอฟต์แวร์. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 5(1), 59-71.

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2562). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สามลดา.

กาญจนา คำสมบัติ ทรงศักดิ์ สองสนิท และประวิทย์ สิมมาทัน. (2562). การส่งเสริมการรับรู้ความสามารถของตนเองกับกิจกรรมการเรียนการสอน. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัย ขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 69-78.

คมกริช นันทะโรจวงศ์ ภูธิป มีถาวรกุล และประสพชัย พสุนนท์. (2561). พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย:

อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองและการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 9(2), 44-59

จิราวัฒน์ จารุพันธ์. (2562). *เยาวชนไทยกับการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.dailynews.co.th/it/685400>

- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). รายงานการวิจัย เรื่อง คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยราชพฤกษ์
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2562). *Startup ปรับตัวเมื่อธุรกิจขับเคลื่อนโดยคนรุ่นใหม่*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/startup-new-generation>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). *พรมแดนความรู้ด้านการวิจัยและสถิติ*. บรรณาธิการโดย เนาวรัตน์ พลายน้อย, ชัยยนต์ประดิษฐ์ศิลป์ และจุฑามาศ ไชยรบ. ชลบุรี : วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.). (2562). *สถิติจำนวน SMEs ในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563, จาก https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37
- บุญทวรรณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรานัฐ ศรีเสริมสมบัติ. (2563). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 117-142.
- มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *สุทธิปริทัศน์*, 30(95), 103-115.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 08: ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2564, จาก http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2021/01/09_NS_08.pdf
- อนงค์ รุ่งสุข. (2559). รายงานการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 178-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Al-Shammari, M., & Waleed, R. (2018). Entrepreneurial intentions of private university students in the kingdom of Bahrain. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 43-57.
- Aragon-Sanchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernandez, A. J. (2017). A missing link: the behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 752-768.
- Arshad, M., Farooq, O., Sultana, N., & Farooq, M. (2016). Determinants of individuals' entrepreneurial intentions: a gender-comparative study. *Career Development International*, 21(4), 318-339.
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research*. 15th ed. California : Cengage Learning.
- Bandura, A. (1998). Health promotion from the perspective of social cognitive theory. *Psychology & Health*, 13(4), 623-649.
- Boukamcha, F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective. *European Business Review*, 27(6), 593-616.

- Farrukh, M., Khan, A. A., Khan, M. S., Ramzani, S. R., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303-317.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Paco, A. (2012). A model of entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.
- Fietze, S., & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 656-672.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. JR. (2011). *Organization : Behavior, Structure, Processes*. 14th ed. New York : McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson. R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition*. 7th ed. Harlow : Pearson Education.
- Henley A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 1017-1032.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53(5), 353-370.
- Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., & Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 321-335.
- Laviolette, E. M., Lefebvre, M. R., & Brunel, O. (2012). The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(6), 720-742.
- Liñán, F., Urbano, D. & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(6), 187-215.
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., & Castillo-De Andreis, R. (2019). Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(3), 413-429.
- Pedrini, M., Langella, V., & Molteni. M. (2017). Do entrepreneurial education programs impact the antecedents of entrepreneurial intention?. *Journal of Enterprising Communities People and Place in the Global Economy*, 11(3), 373-392.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and Resampling strategies for assessing and comparing indirect effect in multiple mediator model. *Behavioral Research Method*, 40(3), 879-891.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2, 49-60.
- Santos, S. C., & Liguori, E. W. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 400-415.

- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55(7), 624-640.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 441-460.
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education + Training*, 55(3), 253-271.
- Vuorio, A.M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 359-381.
- Yeo, V. C. S., Goh, S.-K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150-162.
- Zhang, P., & Cain, K. W. (2017). Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 793-811.