

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNDERGRADUATE STUDENTS: A CASE STUDY OF BANGKOK UNIVERSITY

มารยาท โยทองยศ*

Marayat Yotongyos*

ทรงवाद สุขเมืองมา**

Songwad Sukmaungma**

* อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

* Fulltime Lecturer, Information Technology Department, School of Science and Technology, Bangkok University

* Email: marayat.y@bu.ac.th

** หัวหน้าภาควิชาการจัดการธุรกิจสายการบิน คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

** Chairperson, Airline Business Management, School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University

** Email: songwad.s@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ใช้แบบสอบถามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่พัฒนาจากแบบสอบถามความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ Linan (2009) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 777 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุดโดยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม รองลงมาคือบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทางอ้อมผ่านทางทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และท้ายสุดคือการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการเป็นประกอบการ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน นักศึกษาระดับปริญญาตรี การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

This study investigates the effect of the factors; attitude toward entrepreneur, perceived behavioral control and the student's subjective norm on the bachelor degree students' entrepreneurial intention based on the theory of planned behavior approach developed by Ajzen (1991). Seven hundred and seventy seven (777) undergraduate students from Bangkok University were purposively selected for the study using Entrepreneurial Intention Questions (EIQ) used by Linan (2009) as instrument. The data were analyzed using the structural equation modeling (SEM). The finding showed that the attitude toward entrepreneur, perceived behavioral control and the student's subjective norm have an effect on the bachelor degree students' entrepreneurial intention. The most influential factor is the attitude toward entrepreneur which affects the bachelor degree students' entrepreneurial intention both directly and indirectly. In the following, the subjective norm has an indirect effect on entrepreneurial intention through attitude toward entrepreneur and perceived behavioral control. Finally, the perceived behavioral control has a direct effect on entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Enhancing Entrepreneurship, Theory of Planned Behavior, Undergraduate Students, Structural Equation Modeling

บทนำ

ผู้ประกอบการคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่แสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในการประกอบกิจการ โดยมีอิสระและความเสี่ยงในการประกอบการนั้น (ซูซีย์ สมิททิโกร, 2548, น. 257) ผู้ประกอบการทำให้เกิดการจ้างงานและนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ จึงเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟู เสริมสร้างและพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโต แก้ไขปัญหาความยากจน รวมทั้งพัฒนาสังคมของประเทศให้ดีขึ้น ผู้ประกอบการโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน (Kelley, Singer, & Herrington, 2016, pp. 7-9) ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2557) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2556 SMEs เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในทุกประเทศทั่วโลก โดยมีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 50 ของการจ้างงานทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีการจ้างงานของ SMEs ถึงร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดในประเทศ ซึ่งส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี และสหรัฐอเมริกา SMEs สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 50 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) สำหรับประเทศไทย SMEs สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 37 ของ GDP

การเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้เกิดขึ้น นักวิชาการของไทยที่ผ่านมีความพยายามที่จะศึกษาปัจจัยมูลเหตุของการเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านพฤติกรรม ทักษะคิด แรงจูงใจ (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2558, น.78) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (สุธีรา อะทะวงษา และสมบุรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์, 2557) ซึ่งการศึกษาส่วนใหญ่กลุ่มประชากรเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกิจการหรือริเริ่มต้นกิจการ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำได้ตั้งแต่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือกำลังศึกษาอยู่ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มที่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ คือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2009) รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นจึงมีความสำคัญ เนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991)

การอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทฤษฎีที่สำคัญ 2 ทฤษฎี ทฤษฎีแรกคือทฤษฎีสถานการณ์การประกอบการ (Entrepreneurial Event) ของ Shapero (1982) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจที่จะเปลี่ยนทิศทางการดำเนินชีวิตหรือแนวโน้มที่จะกระทำ (propensity to act) หรือการก่อตั้งธุรกิจของตนเอง จะถูกแรงให้เกิดขึ้นโดยเหตุการณ์หรือความเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวัน และขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ความน่าปรารถนาของกระทำ (perception of desirability) และการรับรู้ความเป็นไปได้ (perception of feasibility) และทฤษฎีที่สอง คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม เมื่อพิจารณาความเหมาะสมกลุ่มที่ศึกษาจากสองทฤษฎี พบว่า TPB มีความเหมาะสมเนื่องจากทฤษฎีนี้ครอบคลุมปัจจัยทั้งภายในคือทัศนคติและการรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการ และภายนอกคือ บรรทัดฐานทางสังคม จึงได้ถูกนำไปอธิบายเกี่ยวกับความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการในหลากหลายกลุ่ม อาทิ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาของประเทศโปตุเกส (Ferreira, Raposo, Rodrigues, Dinis, & Paco; 2012) นักศึกษาระดับปริญญาตรีของประเทศอังกฤษและสเปน (Linan, Nabi, & Krueger, 2013) นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของประเทศสเปน (Linan & Rodriguez-Cohard, 2015) บัณฑิตธุรกิจศึกษาของประเทศไนจีเรีย (Ogundipe, Kosile, Olaley, & Ogundipe, 2012) ผลการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ผลการศึกษาในบางกลุ่มสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แต่ก็มีบางกลุ่มที่ผลการศึกษาต่างไปจากทฤษฎี เช่น บรรทัดฐานทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่

จะเป็นผู้ประกอบการ (Ferreira et al., 2012; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015) นอกจากนี้ การศึกษาของ Ogundipe et al. (2012) พบว่ามีเพียงการรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น แม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้รับการสนับสนุนว่าสามารถใช้ในการอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี แต่ถึงอย่างไรในบริบทแวดล้อมที่แตกต่างกันของกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Linan et al., 2013, p.77) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตรวจสอบการนำทฤษฎี TPB มาอธิบายความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการของผู้ที่กำลังศึกษาอยู่หรือนักศึกษา

สำหรับกลุ่มนักศึกษานั้น หน่วยงานที่ใกล้ชิดที่สุดก็คือสถาบันการศึกษาซึ่งถือเป็นภาคส่วนที่สำคัญในการสร้างและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประเทศ เนื่องจากสถาบันการศึกษามีส่วนในการบ่มเพาะบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพภายหลังจากจบการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่านิยมในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาทั้งที่เป็นรูปธรรม คือ การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) และนามธรรมคือ การมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirits) ทำให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ในอนาคต (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559) ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพเปิดการเรียนการสอนทั้งระดับปริญญาตรีโท และเอก นักศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีถือเป็นคนกลุ่มใหญ่ของมหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559) ดังนั้นการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจึงควรเน้นนักศึกษากลุ่มนี้เพื่อสะท้อนค่านิยมของมหาวิทยาลัยได้อย่างชัดเจน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงทำการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผลของงานวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต (Ajzen, 1991; Ferreira et al., 2012; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015; Ogundipe et al., 2012) แบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในการวิจัยคือ ทฤษฎี TPB ของ Ajzen (1991) กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกิจการใหม่ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: EI) คือ เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2009) ถือเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจเนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991) การวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถวัดได้หลายลักษณะ เช่น อาศัยวัดด้วยคำถามเดียวเกี่ยวกับความสนใจที่จะสร้างกิจการของตนเอง หรือโอกาสที่จะสร้างกิจการของตนเองใน

อนาคตระยะสั้นหรือระยะยาว (Gurel, Altinay, & Daniele, 2010, p.665) และยังการวัดที่ประกอบด้วยหลายข้อคำถามประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความปรารถนา (desire) การคาดการณ์เกี่ยวกับตนเอง และความตั้งใจจะปฏิบัติ (Linan & Chen, 2009, p.600) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Personal attitude: PA) คือ ระดับความรู้สึกนึกคิดทางบวกหรือทางลบและการประเมินข้อดีและข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ (Ajzen, 1991; Linan & Chen, 2009, p.596) การวัดทัศนคติประกอบด้วยการวัดความรู้สึกที่มีต่อการประกอบการ และการเห็นประโยชน์ของการเป็นผู้ประกอบการ (Linan & Chen, 2009, p.596) ตามทฤษฎีของ TBP กล่าวว่า บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการจะมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า (Heuer & Linan, 2013; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015)

บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm: SN) คือ การวัดการรับรู้แรงกดดันจากสังคมต่อการเป็นหรือไม่เป็นผู้ประกอบการ (Ajzen, 1991) ในทางปฏิบัติจะหมายถึงการรับรู้ว่าคุณค่าคนอื่นที่มีความสำคัญหรือใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ เพื่อน เป็นต้น มีความคิดเห็นและการสนับสนุนเมื่อตัดสินใจจะเป็นผู้ประกอบการ (Linan & Chen, 2009, p.596) เมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณค่าคนอื่นที่มีความสำคัญกับตน เช่น พ่อแม่ เพื่อน เห็นด้วยหรือสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ บุคคลนั้นจะมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า (Heuer & Linan, 2013)

การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived behavioural control: PBC) คือ การรับรู้ของบุคคลว่ายากหรือง่ายที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับการรับรู้ประสิทธิภาพแหล่งตนเอง (Bandura, 1997) และการรับรู้ความเป็นไปได้ (perception of feasibility) ของ Shapero (1982) ซึ่งทั้ง 3 แนวคิดเป็นการอ้างถึงศักยภาพที่จำเป็นที่จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายการสร้างกิจการของตนเอง การวัดตัวแปรนี้จึงประกอบด้วยความรู้สึกว่ามีความสามารถ และการรับรู้ว่าสามารถควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องได้ ประกอบด้วยการรับรู้ความสามารถ ความรู้ ความพร้อม และความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจของบุคคล (Linan & Chen, 2009, p.596) การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญกับผู้ประกอบการเนื่องจากผู้ประกอบการ เนื่องจากคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงจะมีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จของธุรกิจ (Hmieleski & Baron, 2008)

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี TPB (Ajzen, 1991) ตามการประยุกต์ใช้โดย Ferreira et al., (2012) เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม(SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (EI) และปัจจัยทั้ง 3 ตัวมีอิทธิพลต่อกัน คือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม(SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ส่วนบรรทัดฐานทางสังคม (SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) นอกจากนี้ บรรทัดฐานทางสังคม (SN) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) อาจส่งผลทางอ้อมทางบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ด้วย จากแนวคิดข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1: การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H1a: การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H1b: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H1c: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H2: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H2a: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

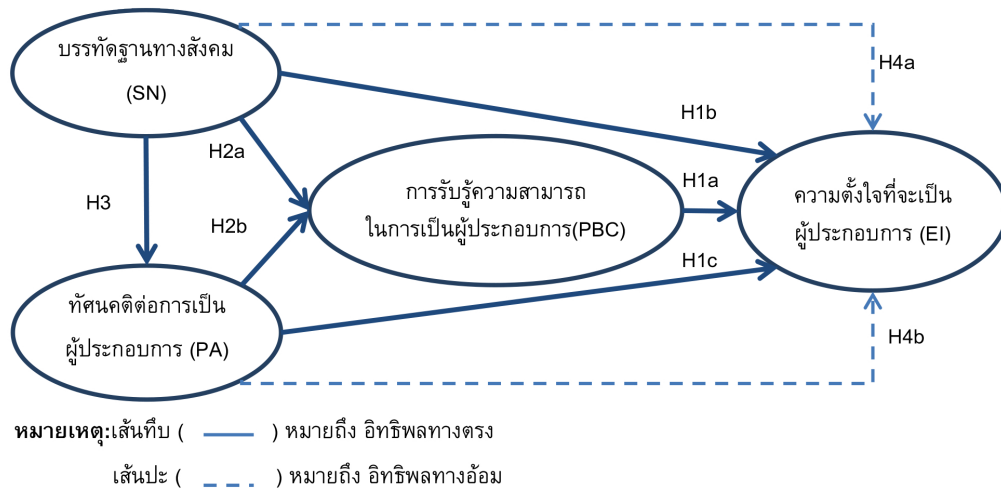
H2b: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

H3: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

H4: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H4a: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H4b: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสาเหตุ (Causal Research) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประชากรและตัวอย่าง การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 700 ตัวอย่าง ซึ่งพิจารณาจากวิธีการที่ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ที่พิจารณาขนาดตัวอย่างจาก 10 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า ตามเกณฑ์ 5 - 10 เท่าของ Kline (2011, p.31) แบบจำลองที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัยมีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า ประมาณ 70 ตัว และดำเนินการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

2. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากแบบวัดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Intention Questionnaire: EIQ) ของ Linan and Chen (2009) มีข้อความทั้งหมด 32 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อสอบถามเพศ อายุ อาชีพของบิดา มารดา คณะวิชา ชั้นปี ประสบการณ์ทำงานเป็นลูกจ้างและทำงานอิสระ ประกอบด้วย

ข้อคำถามแบบเลือกรายการ (check list) มีจำนวน 9 ข้อ 2) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม “ฉันพร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อจะได้เป็นเจ้าของกิจการ” 3) ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม “การเป็นเจ้าของกิจการมีข้อดีกับฉันมากกว่าข้อเสีย” 4) บรรทัดฐานทางสังคม จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม “ความคิดเห็นต่อการทำกิจการส่วนตัวของคนในครอบครัว” และ 5) การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม “ฉันสามารถควบคุมขั้นตอนในการก่อตั้งกิจการ” การได้คะแนนสูงในข้อคำถามส่วนที่ 2 ถึง 5 แสดงถึงการมีระดับของลักษณะตัวแปรนั้นๆ สูง

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดที่กำหนดขึ้น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความเที่ยงตรง (validity) และ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการตรวจสอบมีดังนี้

1) ความเที่ยงตรง (validity) มีการพิจารณา 2 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และ 2) ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ผลการตรวจสอบดังนี้

1.1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เป็นการตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อได้ถามหรือวัดได้ตรงและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด การตรวจสอบโดยใช้ดุลยพินิจทางวิชาการของผู้เชี่ยวชาญประกอบกับค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item objective congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า เครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เนื่องจากค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67- 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.6 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2552)

1.2) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรที่ใช้สามารถวัดคุณลักษณะหรือพฤติกรรมตามแนวคิด Hair, Hult, Ringle, and Sarstedt (2013, pp.95-117) ที่ได้เสนอการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัด ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า (convergent validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) สามารถตรวจสอบได้ดังนี้

ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า เป็นการตรวจสอบว่าข้อคำถามของตัวแปรนั้นอธิบายความแปรปรวนร่วมได้สูง สามารถตรวจสอบได้จาก 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม เป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรแฝงนั้น ที่ควรมากกว่า 0.7 (Hair et al., 2013, p.107) และ 2) ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้าเนื่องจากเครื่องมือวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามมากกว่า 0.7 และ AVE อยู่ระหว่าง 0.775 ถึง 0.910 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังตารางที่ 1

ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรนั้นสามารถแยกออกจากตัวแปรอื่นได้อย่างชัดเจน Hair et al. (2013, p.107) แนะนำวิธีการตรวจสอบพิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของแต่ละตัวแปรควรสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่นตามเกณฑ์ของ Fornell and Larcker (1981) ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เนื่องจากมีค่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.880 ถึง 0.990 สูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่น ดังตารางที่ 1

2) **ความเชื่อมั่น (Reliability)** เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรนั้นมีความคงเส้นคงวาในการวัด พิจารณาได้จากค่าความเชื่อมั่นประกอบ (Composite Reliability: CR) วิธีการนี้ให้ค่าน้ำหนักของข้อคำถามในการหาความเชื่อมั่นตามความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงซึ่งจะดีกว่าการใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาที่ให้ค่าน้ำหนักของข้อคำถามเท่ากัน การหาความเชื่อมั่นโดยใช้ความเป็นเอกพันธ์ภายในค่าที่เหมาะสมควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Barclay, Higgins & Thomson, 1995) ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรทุกตัวมีความเชื่อมั่นเนื่องจากมีค่า CR อยู่ระหว่าง 0.954 ถึง 0.984 สูงกว่า 0.7 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (AVE) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงและค่ารากที่สองของ AVE และค่าความเชื่อมั่นประกอบ (CR)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	AVE	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์				CR
			EI	PCS	SN	PA	
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI)	0.89-0.97	0.910	0.954				0.984
การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC)	0.83-0.97	0.844	0.645**	0.919			0.970
บรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.82-0.90	0.775	0.518**	0.411**	0.880		0.954
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA)	0.70-0.99	0.906	0.692**	0.421**	0.545**	0.990	0.980

หมายเหตุ:** $p < 0.01$, ค่าในแนวทแยงคือ ค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละตัวแปร (\sqrt{AVE})

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ติดต่อขอความร่วมมือกับอาจารย์แต่ละคณะ และดำเนินการเก็บข้อมูล 2 ลักษณะ คือ 1) ฝากแบบสอบถามให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบดำเนินการเก็บข้อมูลให้ และ 2) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาตอบใช้เวลาประมาณ 5 นาที ผู้วิจัยรับคืนและตรวจสอบความถูกต้อง ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 1,000 ชุด ได้รับคืนและสมบูรณ์ จำนวนทั้งหมด 777 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 77.7

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย การบรรยายลักษณะของตัวแปร และการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดดังนี้

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเครื่องมือในการวิจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis)

2) การบรรยายลักษณะของข้อมูล ด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับแบบวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม มีเกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ช่วง (ระดับต่ำ คือ คะแนนเฉลี่ย 1-3 คะแนน ระดับปานกลาง คือ คะแนนเฉลี่ย มากกว่า 3 ถึง 5 คะแนน และระดับสูง คือ คะแนนเฉลี่ย มากกว่า 5 ถึง 7 คะแนน)

3) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมประกอบ 4 ประเภท ตามเกณฑ์ของ Schumacker and Lomax (2004, pp.85-91) ได้แก่ 1) อัตราส่วน Chi-square กับองศาอิสระ (χ^2/df) น้อยกว่า 5 2) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) น้อยกว่า 0.07 3) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index, GFI) และ 4) ระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker and Lewis (Trucker Lewis Index : TLI) ควรมากกว่า 0.9

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ลักษณะตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดดังนี้

ลักษณะตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย

ลักษณะของนักศึกษาตัวอย่างเป็นหญิง ร้อยละ 56.2 และชายร้อยละ 42.1 อายุอยู่ระหว่าง 18 ถึง 22 ปี ร้อยละ 90.0 ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจและมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยวร้อยละใกล้เคียง

เคียงกันคือ 39.1 และ 38.0 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นคณะอื่นๆ บิดาหรือมารดาประกอบอาชีพเจ้าของกิจการร้อยละ 63.8 และนักศึกษามีประสบการณ์ทำงานร้อยละ 30.1

นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการระดับสูง ค่าเฉลี่ย 5.403 คะแนน ซึ่งถือว่าอยู่ระดับสูง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีระดับสูงที่สุดคือ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งจัดอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.909 และ 5.534 คะแนน ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.480 คะแนน การศึกษาพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจและคณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ นอกจากนี้ อาชีพของบิดามารดายังเกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของกิจการอีกด้วย ส่วนการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่นักศึกษามีความเห็นว่าตนเองยังมีความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากนักศึกษาเห็นว่าตนเองกำลังอยู่ในช่วงเวลาที่กำลังแสวงหาความรู้และหาประสบการณ์ที่จะใช้ในการดำเนินกิจการหรือเป็นผู้ประกอบการต่อไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่าข้อมูลจากตัวอย่างสอดคล้องกับแบบจำลองตามทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งพิจารณาจากค่าไคสแควร์ = 879.23 องศาอิสระ = 214 (χ^2/df) = 4.10 RMSEA = 0.063 GFI = 0.911 และ TLI = 0.982 เป็นไปตามเกณฑ์ความเหมาะสมที่กำหนด เมื่อพิจารณาสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาพบว่า สมมติฐานการวิจัยเกือบทุกข้อได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลตัวอย่าง H1a และ H1c ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) ตามลำดับ (สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.415 และ 0.547 ตามลำดับ) ยกเว้น สมมติฐาน H1b : ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ได้รับอิทธิพลจากบรรทัดฐานทางสังคม (SN) ซึ่งแสดงว่าบรรทัดฐานทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้อ้อยละ 48.5 นอกจากนี้ ปัจจัยทั้ง 3 ตัวมีความสัมพันธ์กันคือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม (SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.169 และ 0.390 ตามลำดับ) ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้อ้อยละ 38.2 และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) ได้รับอิทธิพลจากบรรทัดฐานทางสังคม (SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.546) ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้อ้อยละ 54.6 ดังตารางที่ 2 และภาพที่ 2

เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) พบว่ามีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.457 และ 0.162 ตามลำดับ) ดังนั้น เมื่อรวมอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลรวมพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ บรรทัดฐานทางสังคม (SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.710 และ 0.485 ตามลำดับ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

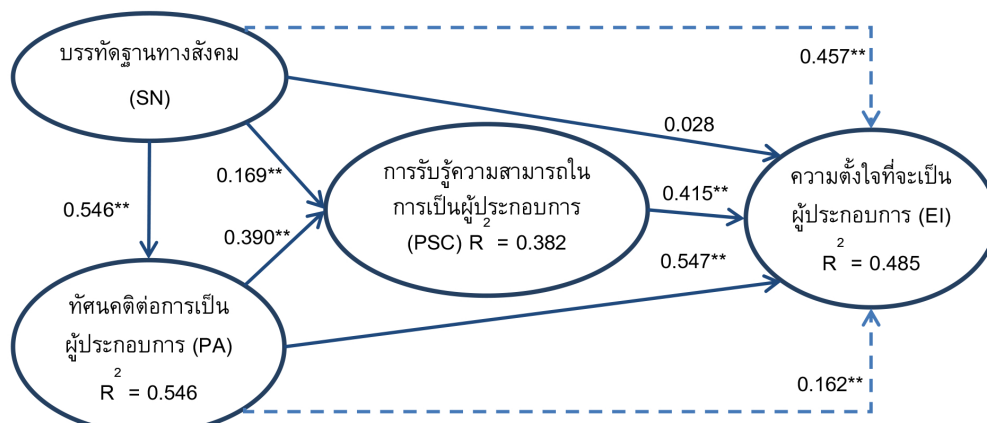
สมมติฐาน	เส้นทางความสัมพันธ์	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	ค่า t	ผลการทดสอบสมมติฐาน	R ²
H1a	PBC → EI	0.415	12.916**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.485
H1b	SN → EI	0.028	0.951	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน	
H1c	PA → EI	0.547	14.140**	สนับสนุนสมมติฐาน	
H2a	SN → PBC	0.169	3.886**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.382
H2b	PA → PBC	0.390	8.406**	สนับสนุนสมมติฐาน	
H3	SN → PA	0.546	13.436**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.546

หมายเหตุ: ** p < 0.01

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

ปัจจัย	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
H4a:บรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.028	0.457**	0.485**
H4b:ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA)	0.548**	0.162**	0.710**

หมายเหตุ: ** p < 0.01



หมายเหตุ: ** p < 0.01

เส้นทึบ (—) หมายถึง อิทธิพลทางตรง

เส้นปะ (- -) หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม

ภาพที่ 2 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

ผลการวิจัยแสดงหลักฐานสำคัญว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งทางตรงและทางอ้อม สนับสนุนข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาที่ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) (พรทิพย์ ม่วงมี, 2555; Ferreira et al., 2012; Heuer & Linan, 2013; Linan, 2008; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015; Ogundipe et al., 2012) ว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าตัวแปรอื่นโดยอิทธิพลส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลทางตรง สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Heuer

and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) แสดงให้เห็นว่าการที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่ต้องการจะสร้างกิจการของตนเองในอนาคต รองลงมาคือบรรทัดฐานทางสังคมที่มีอิทธิพลส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านทางทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Ferreira et al. (2012) Heuer and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) แสดงให้เห็นว่า บุคคลรู้สึกว่าการที่บุคคลอ้างอิงใกล้ชิดสนับสนุนการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และส่งเสริมความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้ และปัจจัยสุดท้าย คือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Heuer and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) และ Ogundipe et al. (2012) แสดงว่า การที่นักศึกษาตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการนั้นนักศึกษาจะต้องเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถที่จะเป็นได้หรือใช้ความพยายามไม่มากนักในการที่จะทำให้สำเร็จได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้สนับสนุนการใช้ทฤษฎี TPB ในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กล่าวว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลเพียงทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษสามารถเสนอเป็นข้อเสนอแนะใน 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 คณะจารย์และผู้บริหารการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการควรมีการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สร้างทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และส่งเสริมความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

1.2 ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของความมีการส่งเสริมสภาพลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการอาชีพ มีการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมอยู่บนพื้นฐานความไม่เอาเปรียบผู้อื่น และตอบแทนประโยชน์ให้กับสังคมเป็นต้น เพื่อทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของคนรุ่นใหม่ต่อไป

1.3 ผู้ใกล้ชิดกับนักศึกษา เช่น คนในครอบครัว ควรให้การสนับสนุน ยอมรับความคิดหรือเป้าหมายในการที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ การนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อให้ประโยชน์สูงสุด ควรมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับบริบทมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดนี้ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มที่มีลักษณะที่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาทิ มหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

2.2 การศึกษาครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเพียง 3 ปัจจัย ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม อาจมีการใช้ทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น Entrepreneurial Even Model (Shapero, 1982) หรือศึกษาปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- ชูชัย สมิทธิไกร. (2548). คักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 11(3), 255-273.
- พทธิพิทย์ ม่วงมี. (2555). ปัจจัยทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 4(1), 74-82.
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2559). *แนะนำมหาวิทยาลัย*. สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.bu.ac.th/tha/about-bu.html>.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. (2552). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ: กรณีศึกษาประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 29(90), 75-93.
- สุธีรา อะทะวงษา และสมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2557). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(85), 75-93.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). *วาระปฏิรูปที่ ๑๕ : การสร้างสังคมผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สำนักงานประสานด้านการต่างประเทศ, (2557). *การรวบรวมข้อมูล SMEs ในภูมิภาค APEC*, สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/articles/articles-1>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: WH Freeman.
- Barclay, D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies*, 2(2), 285-309.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Gouveia Rodrigues, R., Dinis, A., & do Paco, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research*, 18(3), 382-388.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Heuer, A. & Liñán, F., (2013), Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(1), 35-50.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 57-72.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. 2015/16 Global report*, Babson Park, MA.: Babson College and London: London Business School.

- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3th.). New York, NY: Guilford publications.
- Linan, 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.
- Linan, F., & Rodriguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 28(1), 77-98.
- Linan, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economia Mundial*, 33, 73-103.
- Ogundipe, S. E., Kosile, B. A., Olaleye, V. I., and Ogundipe, L. O. (2012). Entrepreneurial Intention among Business and Counselling Students in Lagos State University Sandwich Programme. *Journal of Education and Practice*. 3(14), 64-72.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexten, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp.72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2nd.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.