

วารสารรัชต์ภาคย์ ปีที่ 11 ฉบับที่ 24 กันยายน-ธันวาคม 2560

TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา  
ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

Knowledge and Attitudes of Rattana Bundit University Students After Graduation

Who wants to be an online sales

บุศกร ลีเม็กดีประดิษฐ์

อาจารย์ ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

### Abstract

This study had the objectives to study the level of understanding and attitude. The demand level is entrepreneurial. Relationship between cognition Attitude of Rattana Bundit University graduates after graduation with demand for online sales entrepreneurs. The questionnaire was used to collect data from 344 Rattana Bundit university students according to the yamane formula with a 95% confidence level. The data were analyzed using descriptive statistics. And standard deviation One-way analysis of variance (ANOVA), Fear test, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) were used to determine significance level  $\alpha = 0.05$ . That the demand for online sales of students at Rattana Bundit University after graduation. Support factor All in all. The demand is at a high level. Personal factors, such as average academic performance and different matrimonial professions, require different online sales practitioners. The statistical significance level was 0.05. The result of this study found that the requirement to be the online trader of Rattana Bundit University Students after graduating, Supportive Factors in an overview of all aspects was at the high level (mean 3.88) When considering case by case found that the attitude was at the high level (mean 3.95) The second, the cognition and the attribute of the traders, was at the high level (mean 3.84) respectively. Individual Factors of Rattana Bundit University students after graduating, for examples, GPAX and different mothers' occupations who require being online traders indifferently. Cognition, attribute of traders and attitude of Rattana Bundit University students after graduating which related in positive way to the requirement of the online traders at the statistical significance of 0.05.

**Keywords:** knowledge/ understanding/ attitude/ want

### บทคัดย่อ

จากการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติ ระดับความต้องการเป็นผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตน



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

บัณฑิตหลังจากจบการศึกษาด้วยความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ ใช้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ เชิงสำรวจ มีเครื่องมือคือแบบสอบถาม เก็บจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต ที่จำนวน 344 คน ตามสูตร Yamane มีค่าความเชื่อมั่น 95% แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน t-test และ (One Way Analysis of Variance – ANOVA) ใช้สถิติ F-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.05$  ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา ปัจจัยสนับสนุน ในภาพรวมทุกด้าน การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ผลการเรียนเฉลี่ยและอาชีพมารดาที่แตกต่างกันมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน เพศ อายุ หลักสูตรที่เรียนและอาชีพบิดาที่แตกต่างกันมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์แตกต่างกัน ความรู้ความเข้าใจคุณลักษณะของผู้ประกอบการทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** ความรู้/ ความเข้าใจ/ ทัศนคติ/ ความต้องการ

**บทนำ**

ปัจจุบันบัณฑิตจบใหม่มีภาวะว่างงานค่อนข้างมากก่อให้เกิดปัญหากับตัวเอง สังคมและประเทศชาติ บัณฑิตที่จบการศึกษา มีทางเลือกอาชีพ คือมนุษย์เงินเดือน และการเป็นผู้ประกอบการเอง สังคมออนไลน์ เปิดโอกาสให้มีการประกอบการธุรกิจลงทุนน้อย ทำได้ง่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มาก ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของอาชีพ

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน จนกระทั่งยุคปัจจุบัน เป็นยุคของ Gen C หรือกลุ่ม Connected Generation คือกลุ่มคนทุกระดับ อายุ เพศ ฐานะ การศึกษาและอาชีพ ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารเป็นหลัก มีการใช้เทคโนโลยีเป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นระยะ ๆ หรือ

สม่ำเสมอ จนกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่ม Baby Boomer หรือคนกลุ่มใหม่ที่เกิดขึ้นมานั่นเอง ที่มา: ปรับปรุงจาก <http://marketingoops.com/reports/infographic-reports/genc-infographic/> (สืบค้น 27 ธ.ค. 2558) เน้นอนว่าเทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารได้ทำให้พฤติกรรมของคนที่เข้ามาอยู่ในกลุ่มนี้เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นการดูละคร อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ อยู่กับครอบครัว ซื้อสินค้าและบริการทั้งหมดนี้จะถูกแทนที่โดยเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อด้านการบริหาร กลยุทธ์ และการตลาดการขายออนไลน์เข้ามามีบทบาทสูงมากในการดำเนินการทางธุรกิจ ผู้ประกอบการให้ความสนใจมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่าการขายแบบมีร้านค้า ไม่สามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากเท่ากับช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ความสำคัญของการขายออนไลน์ ชนะ เทศทอง(2554,หน้า17) กล่าวว่า หากพูดถึงการมีกิจการร้านค้าเป็นของตัวเอง โดยปกติทั่วไปแล้วจะต้องคำนึงถึงเงินลงทุน ตัวสินค้า ร้านค้าและทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ แต่ 3 เรื่องนี้ก็เป็นเรื่องใหญ่มากแล้ว นี่ยังไม่รวมปัจจัยอื่น ๆ ที่ต้องคิดให้รอบคอบร้อยแปดพันเก้า แต่สำหรับการเปิดสินค้าออนไลน์มันช่วยให้ทุกอย่างเป็นเรื่องง่ายอย่างที่คาดไม่ถึงจริง ๆ และกนกพร โพธิ์เทียนทองและปองพล สุคนธรณิตยกุล (2556, หน้า17) กล่าวว่า โลกที่การสื่อสารผ่านระบบที่เราเรียกติดปากกันว่าระบบออนไลน์ เมื่อทั้งธุรกิจและระบบออนไลน์รวมกัน จึงทำให้การขับเคลื่อนที่มีประสิทธิภาพสูงและเหมาะสมกับยุคนี้ส่วน เจริญศักดิ์ รัตนวราห (2554, หน้าคำนำ) กล่าวว่า แนวโน้มในอนาคตธุรกิจการค้าซื้อขายสินค้า (E-Commerce) น่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในระยะเวลาอันสั้น เพราะฉะนั้นเราคงปฏิเสธไม่ได้ที่เราจะนำเอาธุรกิจการค้าขายสินค้าของเราสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า เพิ่มยอดขายจากการขายสินค้าหน้าร้านทั่วไป หรือการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อเป็นรายได้เสริมก็ทำได้ไม่ยากซึ่งการค้าขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้นใช้เวลาไม่มาก เปิดร้านได้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่จำเป็นต้องมีคนเฝ้า

ปัจจุบันลักษณะรูปแบบในการประกอบธุรกิจได้มีการพัฒนามากขึ้น ธุรกิจมีลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ถือเป็นหนึ่งทางเลือกที่ช่วยผู้ประกอบการในการเพิ่มยอดขายลดค่าใช้จ่ายและประชาสัมพันธ์กิจการให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นจากผลการสำรวจสถานภาพพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย นิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ไตรมาส 3/2558 (ก.ค.-ก.ย.) จำนวน 15,602 ราย เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2558 (เม.ย.-มิ.ย.) เพิ่มขึ้น 1,354 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ไตรมาส 3/2557 (ก.ค.-ก.ย.) พบว่ามีจำนวนลดลง 1,273 ราย คิดเป็นร้อยละ 8 ซึ่งส่วนมากเป็นการจดทะเบียนในส่วนภูมิภาค จำนวน 9,750 ราย คิดเป็นร้อยละ 62 ทุนจดทะเบียนมีมูลค่า 79,032 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2558 (เม.ย.-มิ.ย.) เพิ่มขึ้น 34,773 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ไตรมาส 3/2557 (ก.ค.-ก.ย.) พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 4,232 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6 (ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ คลังข้อมูล [http://www.dbd.go.th/ewt\\_news.php?id=10909](http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?id=10909) สืบค้น 25 ธ.ค. 2558) สถิติตัวเลขผู้ขายออนไลน์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่ามีผู้ขายออนไลน์ในไทยสูงถึง 1 ล้าน 5 พันราย แต่ ตัวเลขการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีเพียง 13,000 รายเท่านั้น คุณวิรัช โภชนกิจ รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ให้ข้อมูลว่า การที่บังคับให้ร้านค้าออนไลน์มาลงทะเบียนนี้ ก็เป็นการบังคับใช้กฎหมาย พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 เพื่อให้สามารถระบุตัวตนของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ได้อย่างชัดเจน และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เนื่องจากในปัจจุบัน การถูกโกง ถูกหลอกลวงจากการค้าออนไลน์เกิดขึ้นบ่อย ๆ

ปัจจุบันบัณฑิตจบใหม่มีภาวะว่างงานค่อนข้างมากก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับตัวเอง สังคมและ



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

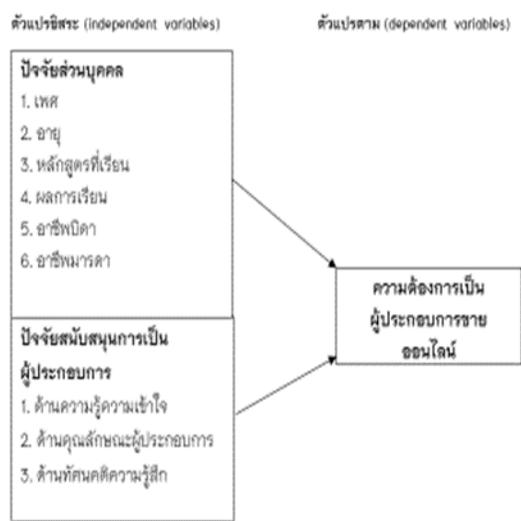
ประเทศชาติ บัณฑิตที่จบการศึกษา มีทางเลือก อาชีพ คือมนุษย์เงินเดือน และการเป็นผู้ประกอบการเอง สังคมออนไลน์ เปิดโอกาสให้มีการประกอบการธุรกิจที่ลงทุนน้อย ทำได้ง่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มาก ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการ ขายออนไลน์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของอาชีพ ภาวะบัณฑิตว่างงานมีมากขึ้นอาจเนื่องมาจากสถาบันการศึกษาผลิตบัณฑิตไม่ตรงกับความ ต้องการของตลาด ผนวกกับอุปสงค์(ความต้องการแรงงาน)ในตลาดแรงงานมีน้อยอุปทาน(ความต้องการทำงาน) มีมาก และประการสำคัญบทบาทของเทคโนโลยีเข้ามาทำงานแทนคนในหลายสาขาอาชีพ มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์หลากหลายให้เลือก ทำให้ผู้ประกอบการหันมาใช้คอมพิวเตอร์แทนคนเนื่องจากข้อผิดพลาดมีน้อยกว่าคน ตรงเวลา และบริหารจัดการได้ง่ายกว่าคน ด้วยปัจจัยดังกล่าวที่ทำให้บัณฑิตเกิดภาวะว่างงานผู้วิจัยจึงเห็นถึงความเร่งด่วนที่ควรมีการศึกษา เรื่องดังกล่าวข้างต้น และเพื่อนำผลการวิจัยนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตในการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์
2. เพื่อศึกษาระดับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา

3. เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา กับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการศึกษาเรื่อง การศึกษาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้ ความเข้าใจ คุณลักษณะผู้ประกอบการ ทัศนคติ ความต้องการและ ผู้ประกอบการ มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต หลังจากจบการศึกษา เพื่อเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอบเขตด้านประชากรประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตทุกคณะ ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 2,455 คน (ที่มา [www.info.mug.go.th.2559](http://www.info.mug.go.th.2559))

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาประเด็นในการวิจัย คือ องค์ประกอบของการขายออนไลน์ ความรู้ความเข้าใจและความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา

ขอบเขตด้านสถานที่คือ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้า มีประเด็นสมมติฐานในการวิจัยดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ความรู้ความเข้าใจของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

**สมมติฐานที่ 3** คุณลักษณะของผู้ประกอบการของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

**สมมติฐานที่ 4** ทศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

### ทบทวนวรรณกรรม

**หลักการทั่วไปของการเป็นประกอบการ**  
ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร (มุสดี รุมาคม ,2540)

จริยา ทัพพะกุล ณ อยุธยา (2530) ให้ความหมายว่า อาชีพอิสระ หมายถึง การประกอบกิจการขนาดเล็ก ที่ทำด้วยตนเองที่อาศัยทักษะ และเทคนิคการจัดการให้เกิดรายได้ และมีกำไร ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นการผลิต ประกอบ บรรจุ ซ่อมบำรุง ทดสอบ ปรับปรุง แปรสภาพ หรือทำลายสิ่งใด ๆ รวมทั้งการบริหารและการประกอบกิจการต่าง ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสิ่งเหล่านี้ ส่วนใหญ่แล้วเจ้าของจะเป็นผู้ดำเนินการขั้นตอนต่าง ๆ เองเป็นส่วนมาก

ประดิษฐ์ ชาสสมบัติ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร (2531) ให้ความหมายของการประกอบอาชีพอิสระหรืออาชีพส่วนตัวว่า หมายถึง การประกอบธุรกิจของบุคคลหรือครัวเรือน หรือระหว่างหุ้นส่วนเดียวกัน เพื่อมุ่งหวังรายได้และกำไร โดยผู้ประกอบการเป็นผู้ทำงานในกิจการของตนเอง

อาทร จันทวิมล (2535) ให้ความหมายไว้ว่า อาชีพอิสระเป็นการประกอบธุรกิจของตนเองหรือการลงทุนร่วมกับบุคคลอื่น เป็นนายจ้างของ



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตนเอง ไม่มีเงินเดือน หรือรายได้ที่แน่นอน ถ้าใครเป็น  
ผลตอบแทนจากการลงทุน

**คุณลักษณะของผู้ประกอบการ**

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ เดวิด ซี แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1969) สามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้ 1. เป็นผู้ต้องการความสำเร็จในเบื้องต้น (The Need for Achievement Prime) 2. เป็นผู้มีความรับผิดชอบ (Desire for Responsibility 3. เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยงพอประมาณ (Preference Moderate Risks 4. เป็นผู้มีความต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน (Stimulation by Feedback) 6. เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในการทำงาน (Energetic Activity) 7. เป็นผู้มองการณ์ไกล (Future Orientation) 8. เป็นผู้มีความสามารถในการจัดการ (Management Skill) 9. เป็นผู้มีความเจตคติต่อเงิน (Attitude toward Money)

**แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ**

เดวิด ซี แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1969) เสนอทฤษฎีความต้องการการเรียนรู้ (Learned Needs) ขึ้นโดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้อง ความต้องการจึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรียนรู้ว่าในทางสังคมแล้ว เรามีความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ 1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้นมีประสิทธิผลมากขึ้น มีเป้าหมายในการทำงานสูง มุ่งที่ความสำเร็จของงานมากกว่ารางวัล ต้องการข้อมูลย้อนกลับในความก้าวหน้าสู่

ความสำเร็จทุกระดับ รับผิดชอบงานส่วนตัวมากกว่าการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น 2. ความต้องการอำนาจ (need for power) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุม สร้างอิทธิพล แสวงหาโอกาสในการควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นขอการแข่งขัน สนุกสนานในการเชิญหน้าหรือโต้แย้ง ต่อสู้กับผู้อื่น 3. ความต้องการความผูกพัน (need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไว้ได้อย่างใกล้ชิด พยายามสร้างและรักษาสัมพันธภาพและมิตรภาพให้ยั่งยืน อยากให้บุคคลอื่นชื่นชอบตัวเอง สนุกสนานกับงานเลี้ยง กิจกรรมทางสังคม และการพบปะสังสรรค์ แสวงหาการมีส่วนร่วม ด้วยการร่วมกิจกรรมกับกลุ่ม หรือองค์กรต่าง ๆ ลัดส่วนของความความต้องการทั้งสามนี้ ในแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน บางคนอาจมีความต้องการอำนาจสูงกว่าความต้องการด้านอื่น ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจมีความต้องการความสำเร็จสูง เป็นต้น ซึ่งจะเป็นส่วนที่แสดงอุปนิสัยของคนคนนั้นได้ โดยสรุปความต้องการของมนุษย์เริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานถึงความต้องการสูงสุดคือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการยอมรับนับถือและความต้องการความสำเร็จในชีวิตการงาน

**แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการ**

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ Fishbein and Ajzen ( อ้างอิงใน ศรีัญญา ศรีตประเสริฐ,



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2543) มีความเห็นว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจดี หรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบก็ได้ ทัศนคติสามารถทำนายถึงพฤติกรรมได้ โดยในการวัดทัศนคติควรวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมที่จะแสดงต่อสิ่งนั้น ไม่ใช่วัดทัศนคติต่อสิ่งนั้นโดยตรง เมื่อมีการวัดที่ตรงจุดยิ่งขึ้น ทัศนคติก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมหรือการกระทำได้

แม้ว่าทัศนคติจะทำให้มนุษย์มีแนวโน้มที่จะตอบสนองทางพฤติกรรมตามที่ทัศนคติตั้งไว้ แต่ก็ไม่ใช่สิ่งตายตัว พฤติกรรมอาจไม่เป็นไปตามทัศนคติก็ได้ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมและการยึดถือทัศนคติของบุคคลนั่นเอง

Kretch and Crutchfield (อ้างอิงในแสงสุรีย์ ล้ำอาจกุล, 2541) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึงผลรวมของกระบวนการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ อารมณ์ การยอมรับ และการรู้ การคิด ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เป็นระบบที่ค่อนข้างคงทน ประกอบด้วยความรู้ ความเข้าใจความรู้สึกและแนวโน้มของการแสดงออก

**ทฤษฎีลำดับความต้องการ**

ลำดับความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ เรียกว่า Hierarchy of Needs มี 5 ลำดับขั้น ดังนี้ 1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นต้องการปัจจัย 4 2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว จะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน 3. ความต้องการ

ความรักและการเป็นเจ้าของ (Belonging and love needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป 4. ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น (Esteem needs) เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่งหลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ต้องการดีรับเกียรติจากผู้อื่น 5. ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง (Self-actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่ตนเองมีและเป็นอยู่ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์

**แนวคิดการขายออนไลน์**

“ออนไลน์” เป็นคำที่แสดงถึงสถานะที่มีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายใด ๆ ซึ่งในเรื่องที่เราพูดถึงกันอยู่นี้ จะหมายถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้น “ขายของออนไลน์” ก็คือ การขายของทางอินเทอร์เน็ต ที่เราได้ยินบ่อย ๆ นั่นแหละหรือถ้าให้อธิบายแบบวิชาการ จะเรียกว่า “อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce)” หรือ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ซึ่งหมายถึงการดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

**ผลการวิจัย**

พบว่า ระดับความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา ด้านความรู้ความเข้าใจ ในภาพรวมการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายกรณีพบว่า การให้นักศึกษามีโอกาสทดลองทำงานกับผู้ประกอบการในระหว่างการศึกษา จะมีส่วนช่วยเสริมและสนับสนุนให้ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา การที่ท่านมีความรู้ ความเข้าใจสื่อออนไลน์ และนำมาประยุกต์กับการเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ที่กำลังศึกษาอยู่เป็นช่องทางให้ท่านมองเห็นโอกาสและช่องทางในการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) การที่ท่านใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำส่งผลให้ท่านมองเห็นโอกาสและช่องทางในการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) หลักสูตรและเนื้อหาวิชาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่สามารถเสริมความรู้ ความเข้าใจ และความมั่นใจแก่ท่านในความต้องการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสามารถในการบริหารจัดการ ทั้งด้านการบริหารองค์กร การเงิน การผลิตรายการและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) การเป็น

ผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร และการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นนายจ้างของตนเองโดยไม่มีเงินเดือน รายได้ไม่แน่นอนแต่มีผลตอบแทนมาจากการลงทุน การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการกับความเสี่ยงอย่างเหมาะสมก่อนที่จะดำเนินธุรกิจใด ๆ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) การที่สถาบันเปิดอบรมหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการส่งให้ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการแทนการเป็นลูกจ้างมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

**ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ**

ในภาพรวมการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายกรณีพบว่า คุณเป็นผู้ที่มองการณ์ไกล (Future Orientation) การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คุณเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อเงิน และความรู้สึกลึบคล่องเมื่อต้องเป็นผู้ให้ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) คุณเป็นผู้มีทักษะในการจัดการ รู้จักเลือกหาทีมงานที่ไว้ใจได้ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) คุณเป็นผู้มีพลังในการทำงาน ไม่คิดว่างานที่ทำอยู่เป็นงานที่ต้องทำ แต่เป็นงานที่อยากทำ การมี



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) คุณเป็นผู้ที่ชอบความเสี่ยงพอประมาณ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) คุณเป็นที่ที่เป้าหมายในการทำอะไรสักอย่างหนึ่งให้ชัดเจนมีความต้องการความสำเร็จในเบื้องต้นและคุณเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นสูงที่จะทำอะไรสักอย่างหนึ่งให้สำเร็จและเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) คุณเป็นผู้ที่มีความฝัน ความคิดริเริ่ม ปลายเป็นผู้ที่มองเห็นความน่าจะเป็นความสำเร็จของงาน การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) คุณเป็นผู้ที่ทำงานรวดเร็ว มีสัมผัสที่ไวต่อโอกาสปัญหา และอุปสรรค ปลายมีความต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ คุณมีภาวะความเป็นผู้นำกล้าตัดสินใจการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

**ด้านทัศนคติความรู้สึกรู้สึก**

ในภาพรวมการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายกรณีพบว่า ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการมีความน่าสนใจกว่าการทำงานเป็นลูกจ้าง การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับ การใฝ่ความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความคิดสร้างสรรค์ และความเป็นผู้นำ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ถ้าท่านเป็นผู้ประกอบการท่านยินดีที่จะยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อรับผลตอบแทนที่สูงขึ้นการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการ

จะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความยากลำบาก การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการควรมีความเชื่อมั่นในตนเองกล้าที่จะลองในสิ่งใหม่ๆ การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ท่านเห็นว่าครอบครัวมีส่วนสนับสนุนให้ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ทำทหายความรู้ความสามารถและท่านรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการควรมีความพร้อมที่จะเผชิญกับสิ่งที่ไม่คาดคิด ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทั้งทางด้านดีและด้านร้าย การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) การได้เห็นโอกาส ความก้าวหน้า ความสำเร็จของบุคคลต่าง ๆ มีส่วนสนับสนุนให้ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ท่านเห็นว่าเพื่อนมีส่วนสนับสนุนให้ท่านต้องการเป็นผู้ประกอบการการมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

**ปัจจัยสนับสนุน**

ในภาพรวมทุกด้าน การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายกรณีพบว่า **ด้านทัศนคติความรู้สึกรู้สึก** การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา **ด้านความรู้ความเข้าใจและด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ** การมีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

**อภิปรายผลการวิจัย**



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบ การศึกษา ได้แก่ ผลการเรียนเฉลี่ยและอาชีพการตลาด ที่แตกต่างกันมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการขาย ออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. จากการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจ ของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบ การศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความ ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต หลังจากจบการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ ความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ เจริญศักดิ์ รัตนวรราช (2554, หน้าคำนำ) กล่าวว่า แนวโน้มในอนาคตธุรกิจการซื้อขายสินค้า (E-Commerce) น่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในระยะเวลาอัน สั้น เพราะฉะนั้นเราคงปฏิเสธไม่ได้ที่เราจะนำเอา ธุรกิจการขายสินค้าของเราสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อ เพิ่มช่องทางในการขายสินค้า เพิ่มยอดขายจากการ ขายสินค้าหน้าร้านทั่วไป หรือการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อเป็นรายได้เสริมก็ทำได้ไม่ยากซึ่งการขายสินค้า ทางอินเทอร์เน็ตนั้นใช้เวลาไม่มาก เปิดร้านได้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่จำเป็นต้องมีคนเฝ้า

4. จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของนิสิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษามี

ความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการเป็น ผู้ประกอบการขายออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ เกียรติ รัตม(2558, หน้า บทคัดย่อ) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี จำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงล าดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัด จำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้าน ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ 3) ปัจจัยด้าน ราคา คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าใน แอปพลิเคชัน และความตรงต่อเวลาในการจัดส่ง สินค้า 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร กับผู้บริโภค และความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน

**ข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษาซึ่งทางผู้ศึกษาได้มี ข้อเสนอแนะในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจและ ทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจาก จบการศึกษา ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขาย ออนไลน์ ดังนี้

1. ควรบรรจุรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ให้เป็นวิชาเลือก โดยรายละเอียดของวิชาควรบูรณา การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การวิจัย พัฒนา การใช้สื่อออนไลน์ และ การให้คำปรึกษา ทางการเงินเข้าไว้ด้วยกัน

2. ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียน การสอนให้นักศึกษามีการตื่นตัวและมีพื้นฐานความรู้ สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

3. ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอยู่ตลอดเวลา เช่น เชิญวิทยากรจากภายนอกที่มีประสบการณ์มาบรรยายเสริมให้นักศึกษา

4. หลักสูตรการเรียนการสอนควรเสริมวิชาคอมพิวเตอร์ในประเด็นการสื่อสารออนไลน์ ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นเพื่อเป็นนักธุรกิจ

5. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลศิษย์เก่ามหาวิทยาลัย เพื่อสร้างเครือข่ายการเป็นผู้ประกอบการ

6. การจัดการแข่งขันการเขียนแผนธุรกิจ สำหรับนักศึกษา

7. จัดโครงการร่วมมือกับผู้ประกอบการในการส่งเสริมนักศึกษาไปฝึกงาน

8. จัดตั้งศูนย์พัฒนาธุรกิจ SMEs ศูนย์ให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์

**เอกสารอ้างอิง**

กนกพร โพธิ์เทียนทอง และปองพล สุคนทรนิตยกุล. (2556). เริ่มต้นรวยด้วยธุรกิจออนไลน์. นนทบุรี. ไอซี ดี พรีเมียร์ จำกัด.

กฤตินี ยังปริษา. (2552). รวยได้จริงบนโลกออนไลน์. นนทบุรี. ไอดีซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จริยา ทัพพะกุล ฌ อยุธยา. (2530) การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

เจริญศักดิ์ รัตน์วรราช ,วัชรพล เกษตรระชนม์,วัฒนา ส่งสิงห์ บรรณาธิการ.(2554). E-Commerce ใครก็ทำได้. กรุงเทพฯ. เน็ตดีไซน์ พับลิชชิ่ง จำกัด.

ชนะ เทศทอง. (2554). เปิดร้านออนไลน์ ค้าขายง่าย ทำได้จริง. นนทบุรี. ไอดีซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด.

นริศรา จันทร์เจริญสุข. (2543). ทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิชา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ. เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

**ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษา ในเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ ในครั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นความพร้อมของสถานศึกษาในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์

2. ควรศึกษาว่านอกจากความรู้ความเข้าใจ

และทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิตหลังจากจบการศึกษา ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ แล้วยังมีปัจจัยใดอีกบ้างที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเป็นผู้ประกอบการขายออนไลน์ของนักศึกษา



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- ประดิษฐ์ ชาสมบัติและผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2531). รายงานผลการสัมมนาระดับชาติ เรื่องการส่งเสริมการทำงานนอกระบบในเมือง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมและสังคมแห่งชาติ.
- ปรีชา ทิระหุด. (2541). คู่มือผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ประชาชน จำกัด
- ผุสดี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักงานพิมพ์ฟิลิกส์เซนต์เตอร์.
- มนทการต์ เมฆรา. (2546). ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- วรรณณา เต็มสิริพจน์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบธุรกิจส่วนตัวของผู้ประกอบการสตรีในธุรกิจขนาดเล็ก:ศึกษากรณีกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์สังคมวิทยามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลวรรณ กิจจาหาญ. (2543). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระของผู้สำเร็จการศึกษา. เชียงใหม่: ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ.
- ศรีัญญา คริตประเสริฐ. (2543). ทศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจที่จะใช้ คอมพิวเตอร์ในงานบริการสุขภาพของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหนองคาย. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศิริพร ยาวิชัย (2552). ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สมสวัสดิ์ บุญทาคำ. (2556). ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสำนักวิชาการจัดการและสำนักวิชาอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. เชียงราย: การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- แสงสุรีย์ สำอางกุล. (2541). จิตวิทยาสังคม. เชียงใหม่: ภาควิชาจิตวิทยาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Allport, G.W. ( 1935) . Attitudes. In C, Murchison ( Ed.) . Handbook of Social Psychology. Worcester, MA,USA:Clark University.
- Maslow, A.H. (1970). Motivation and Personality. New York: Harper and Row.
- Mc Cllland, D.C., and D.C. Winter. (1969). Motivation Economic. New York: The Free Press.



Likert. B. (1932). Technique For the Measurement of Attitudes. Arch Psychological. No 140:1-55. Scranton, USA : Intext Educational Publishers.

Wong and lu. (2001). Entrepreneurial Intentions and Tertiary Education. Sinapore : Department of Business Policy, National University of Singapore.

<http://ohomakemoney.com> การขาย ออนไลน์ สืบค้น 27 ธ.ค.2558

<http://www.it24hrs.com/2015/dbd-trushmark-control-onlineshop-registered/>(สืบค้น: 24 กุมภาพันธ์ 2015)

<http://tdri.or.th/tdri-insight/matchon-2014-05-30/> (สืบค้น 29 ธ.ค. 2558)

<http://www.oknation.net/blog/kriengsak/2007/12/12/entry-1> ( สืบค้น 29 ธ.ค. 2558

<http://www.job.mua.go.th/codes/index.php?filename=RepJobStatus.php> ระบบ ภาวะการณ์มีงานทำของบัณฑิต (สืบค้น 2 ม.ค. 2559)



Name: Bussagorn Limpukdeepradit

Address: Faculty of Business Administration Management  
Rattana Bundit University

Education: Doctor of Business Administration ,Management Rattana  
Bundit University

Work: Faculty of Business Administration Management  
Rattana Bundit University