

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิต
ระดับปริญญาตรี ภาควิชา วิทยาลัยราชพฤกษ์
และมหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

Factors to Motivational Affecting Influence of
entrepreneurship Intention Among Undergraduate
Students: A Case Study of Rajapruk University and
Southeast Bangkok University

พนิดา วัชรรังษี¹

Panida Vashararangsi¹

วันที่ส่งบทความ: 16 ตุลาคม 2567, วันที่แก้ไขบทความ: 25 ธันวาคม 2567,
วันที่ตอบรับบทความ : 27 ธันวาคม 2567

Abstract

This research article aims to: 1) Analyze the level of entrepreneurial motivation among undergraduate students at Rajapruk University and Southeast Bangkok University. 2) Compare intrinsic and extrinsic entrepreneurial motivations among these students. 3) Examine the influence of intrinsic motivational factors (push factors) and extrinsic motivational factors (pull factors) on the entrepreneurial intentions of undergraduate students. This is a survey-based research study. The sample consists of 312 undergraduate students from Rajapruk University and Southeast Bangkok University, selected through simple random sampling. The research instrument used was a questionnaire. The findings indicate that extrinsic motivation, specifically the perception of business opportunities, and intrinsic motivation, particularly necessity-driven factors, significantly influence entrepreneurial characteristics. The results reveal a combined variance explained by both types of motivational factors. Notably, extrinsic motivation related to identifying business opportunities positively influences entrepreneurial characteristics ($\beta = 0.674, p < .01$). In contrast, intrinsic motivation driven by necessity

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อีเมล:

pavash@rpu.ac.th

Lecturer of Business Management, Faculty of Business Administration, Rajapruk University. Email:

pavash@rpu.ac.th

has a negative influence ($\beta = -0.524, p < .01$). Together, these factors explain 52.2% of the variance in entrepreneurial characteristics. The results highlight that fostering the ability to identify business opportunities is more critical than encouraging entrepreneurship driven by necessity.

Keywords: INFLUENCE, MOTIVATION, ENTREPRENEURSHIP

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอกในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจภายใน (ปัจจัยผลักดัน) และแรงจูงใจภายนอก (ปัจจัยดึงดูด) ที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี เป็นวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ และ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวน 312 คน ใช้การสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่าแรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส และแรงจูงใจภายใน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีการแปรผันร่วมกันทั้ง 2 ตัวแปร ของปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการทดสอบทางสถิติ พบว่าแรงจูงใจภายนอกด้านการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจมีอิทธิพลทางบวก ($\beta = 0.674, p < .01$) ต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่แรงจูงใจภายในด้านความจำเป็นมีอิทธิพลทางลบ ($\beta = -0.524, p < .01$) โดยทั้งสองปัจจัยร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 52.2 จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจมีความสำคัญมากกว่าการผลักดันเพราะความจำเป็น

คำสำคัญ: อิทธิพล แรงจูงใจ การเป็นผู้ประกอบการ

บทนำ

ผู้ประกอบการธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยความหมายของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้นิยามความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคคลซึ่งขายสินค้าหรือให้บริการในทางธุรกิจ หรือวิชาชีพไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะได้รับประโยชน์หรือได้รับค่าตอบแทนหรือไม่ และไม่ว่าจะได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วหรือไม่ จึงกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการเป็นกลุ่มคน หรือกลุ่มบุคคลที่แสวงหาโอกาสใหม่ในการประกอบธุรกิจที่มีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของกิจการ คาดหวังสิ่งตอบแทน คือรายได้และผลกำไร

จากการประกอบกิจการ ซึ่งปัจจุบันการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐบาลในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญก้าวหน้า เพื่อให้ประชาชนมีอาชีพ และประกอบอาชีพอิสระ เพื่อลดความเสี่ยงต่อการไม่มีงานประจำ ซึ่งความเป็นผู้ประกอบการ จะต้องมิตั้งแรงผลักดัน และแรงดึงดูดด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็นโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ แนวโน้มปัจจุบันของผู้บริโภค และต้องการประกอบอาชีพ เพื่อเลี้ยงชีพตนเอง และครอบครัว โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เผยถึงยอดการจัดตั้งธุรกิจใหม่เดือน มีนาคม พ.ศ.2564 มีจำนวน 8,841 ราย ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 46 ทำสถิติสูงที่สุดตั้งแต่เริ่มมีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคล มีมูลค่าทุนจดทะเบียนจำนวน 19,426.89 ล้านบาท (Department of Business Development, 2024)

แผนการส่งเสริมผู้ประกอบการใน ปี พ.ศ.2566 – 2570 ที่รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการสร้างการแข่งขันให้ SME อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจที่ต้องการให้สัดส่วนของการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของ SME มีอัตราที่เพิ่มขึ้น แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) จึงได้ให้ความสำคัญกับการเร่งสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในมิติต่าง ๆ ด้วยการพัฒนาศักยภาพ และการสร้างรายได้ของธุรกิจ SME โดยรวมอยู่อย่างครอบคลุม ทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคการบริการ รวมไปถึงภาคธุรกิจเกษตร ซึ่งแนวทางการส่งเสริมให้ SME มีการพัฒนาเชิงผลิตภาพ การพัฒนาทักษะความชำนาญของแรงงาน การเข้าถึงนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และการเติบโตทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลางผ่านการสนับสนุน ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริม และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ สถิติ ผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพยากรทางปัญญา การตลาด การส่งเสริมการวิจัยเชิงนวัตกรรมให้เป็นระบบรวมถึงการมีโครงสร้างพื้นฐานที่ เหมาะสมและยืดหยุ่นต่อการพัฒนาและการสนับสนุนให้ SME สามารถเข้าถึงระบบห่วงโซ่มูลค่าของโลก การเข้าถึงโอกาสด้านการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ และการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าที่มีอยู่ (The Office of SMEs Promotion (OSMEP), 2023)

การสนับสนุนการศึกษาด้านกลยุทธ์ของรัฐบาล ได้แก่การกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์สำคัญในการการพัฒนาประเทศ โดยต้องการให้ประเทศไทยก้าวพ้นกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง โดยกำหนดยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ขึ้นเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปสู่ยุคใหม่ และให้ความสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศไทย เพื่อพัฒนาประเทศให้ปรับเปลี่ยนจากประเทศรายได้ปานกลาง เป็นประเทศรายได้สูง ปรับเปลี่ยนเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (New Growth Engine) 3 กลไกสำคัญประกอบด้วย (1) กลไกขับเคลื่อนผ่านการสร้างและยกระดับผลิตภาพ (Productive Growth Engine) (2) กลไกขับเคลื่อนที่คนส่วนใหญ่ มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive Growth Engine) และ (3) กลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green

Growth Engine) การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจจากโมเดลประเทศไทย 4.0 จึงเปลี่ยนจาก “ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” ให้มีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน และจากเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่า (Value Added) ไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรม “สร้างมูลค่า” (High Value) ที่ประกอบด้วย 5 กลุ่มหลัก คือ (1) กลุ่มอุตสาหกรรมทางชีวภาพ (2) กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน ทดแทน (3) กลุ่มอุตสาหกรรมด้านวิศวกรรมและการออกแบบ (4) กลุ่ม อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับคุณภาพชีวิต และ (5) กลุ่มอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) เน้นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2. Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3. High Value Services 4. แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง ระบบการศึกษาจึงจำเป็นต้องวางในการรองรับนโยบายของรัฐบาล โดยสร้างคนไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีองค์ความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ อย่างบูรณาการ เพื่อสร้างอาชีพใหม่ ๆ ขึ้น สามารถมีรายได้เลี้ยงตัวเอง เลี้ยงครอบครัว และสามารถทำให้ประเทศชาติมั่นคง แข็งแรงต่อไป (Office of The Education Council Backoffice for Administrator, 2023) จากนโยบายด้านกลยุทธ์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการศึกษาในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญ และกำหนดกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกับนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล โดยปรับทิศทางการจัดการเรียนการสอน และจัดกิจกรรมที่มีการทำงานควบคู่กันไป เพื่อการพัฒนาทักษะให้กับผู้เรียนด้านการประกอบการสู่นาคตหลังจบการศึกษา

การวิจัย เรื่องอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏฯ และมหาวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองมหาวิทยาลัยเนื่องจากทั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏฯ และมหาวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก เน้นหลักสูตรการเรียนการสอนการบริหารธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลแนวทางในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในการศึกษาทางด้านธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏฯและมหาวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจภายใน (ปัจจัยผลักดัน) และแรงจูงใจภายนอก (ปัจจัยดึงดูด) ที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจ ต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิต ระดับปริญญาตรี กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นิสิต นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวนรวม 5,082 คน ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จำนวนนิสิต 3,053 คน (งานทะเบียน และประมวลผล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ณ วันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ.2564) และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวนนักศึกษา 2,029 คน (The Office of the Registrar, Rajapruk University, 2022)

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การแทนค่าสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ ที่มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยใช้สูตร (Yamane, 1973, as cited in Akakul, 2000) จำนวน 5,082 คน การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างประมาณ 371 ชุด

สูตร	$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$
n	= ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
N	= ขนาดของประชากร
e	= ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้
แทนค่า	$= \frac{5082}{1 + 5082(.05)^2}$
	= 371 คน

เพื่อการครอบคลุมตามสัดส่วนจำนวนประชากรของแต่ละสถาบัน ผู้วิจัยขอเก็บข้อมูลรวมทั้งสิ้น 371 ชุด โดยแจกแบบสอบถาม ให้แก่กลุ่มประชากร ดังนี้ 1) มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จำนวน 222 ชุด 2) มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวน 149 ชุด โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple random)

กรอบแนวคิด



เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิต ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานศึกษา และคณะที่กำลังศึกษา ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ตอนที่ 3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยการเก็บข้อมูลผ่าน Google Forms และขอความร่วมมือกับสำนักวิจัย และนวัตกรรมของทั้ง 2 มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)
3. แบบสอบถามตอนที่ 3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)
4. วิเคราะห์อิทธิพลจากปัจจัยแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยแรงจูงใจกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

ตัวแปร	b	S.E.	β	t
Constant (ค่าคงที่)	1.681	0.342		4.914**
แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส	1.190	0.072	0.674	16.459**
แรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น	-0.680	0.053	-0.524	-12.785**

$R^2 = .525$, Adjusted R square = 0.522, F = 170.551 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยใช้วิธีการ Enter ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R square) มีค่าเท่ากับ 0.522 หมายถึง ตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส และแรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 52.2 ส่วนอีกร้อยละ 47.8 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.681 + 1.190(X_1) - 0.680(X_2) \text{ แทนค่า}$$

$$\hat{Y} = \text{อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิต}$$

$$X_1 = \text{แรงจูงใจภายนอก ในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส}$$

$$X_2 = \text{แรงจูงใจภายใน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น}$$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างของปัจจัยแรงจูงใจกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก พบว่า แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส และแรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็นมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.522 และมีการแปรผันร่วมกันทั้ง 2 ตัวแปร คิดเป็นร้อยละ 52.2 การพยากรณ์แต่ละด้านของปัจจัยแรงจูงใจในรูปแบบคะแนนดิบ (b) มีค่า -0.680 และ 1.190 โดยแรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส (b = 1.190) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนแรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น (b = -0.680) มีอิทธิพลทางลบต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ แรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็นเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการลดลง และรูปคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่า 0.674 และ -0.524 พบว่า แรงจูงใจภายนอกในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = 0.674$) ซึ่งมากกว่าแรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น ซึ่งมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = -0.524$) ดังนั้นจึงยอมรับว่า ปัจจัยแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มากที่สุด คือ ความคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจที่ตนเป็นผู้ประกอบการ ส่วนแรงจูงใจภายนอก ปัจจัยดึงดูด ในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสที่มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่การเป็นผู้ประกอบการ คือความท้าทาย และสามารถเป็นอาชีพที่มั่นคง และการเป็นผู้ประกอบการผู้เกี่ยวข้อง สามารถสืบทอดธุรกิจ ส่งผลต่อความมั่นคงยั่งยืนของครอบครัว และมีช่องทาง (ปัจจัยต่าง ๆ) ในการรวบรวมบุคคลที่มีความชำนาญเฉพาะทาง โดยในด้านแรงจูงใจภายใน ปัจจัยผลักดัน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น ซึ่งเห็นในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรกว่า วงการธุรกิจ กว้างขวางกว่างานราชการและรัฐวิสาหกิจ และต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพราะได้รับแรงบันดาลใจจากต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเป็นตัวอย่าง และการประกอบธุรกิจถือว่าได้เป็นเจ้านายตนเอง และการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จำเป็นต้องมีทั้ง 10 ประการ โดยมีเรียงลำดับดังนี้ ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการต้องความมุ่งมั่น และมีความพยายามที่จะประสบความสำเร็จ มีทักษะประสานงาน และการติดต่อสื่อสาร มีความสามารถในการบริหารการเงิน มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองชัดเจน มีแผนงานที่เป็นระบบ มีความมั่นใจในตนเอง มีความสามารถในการจัดองค์กรที่เหมาะสม มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์ตลาด และคู่แข่ง โดยมีแหล่งสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านการบริหารจัดการที่ดี

สรุปสาระสำคัญที่เป็นจุดเด่นของอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจ ต่อการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี พบว่าแรงจูงใจภายใน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็นมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และมีอิทธิพลทางลบต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และแรงจูงใจภายในในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็นเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการลดลง เนื่องจากไม่มีแรงบันดาลใจ และแรงกระตุ้น เพราะเป็นสิ่งที่จำใจต้องทำเพื่อสืบต่อธุรกิจ หรือกิจการของครอบครัว ส่วนแรงจูงใจภายนอกที่สอดคล้องกับ Poolsawat and Supanti (2019) ว่าครอบครัวที่ทำธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ส่วนในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และส่งผลให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับ Poolsawat and Supanti (2019) ว่าบุคคลเคยได้รับการฝึกปฏิบัติการจำลองการเป็นผู้ประกอบการมาก่อน จะมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดกิจกรรม ฝึกปฏิบัติจำลองการเป็นผู้ประกอบการช่วยพัฒนาส่งเสริมให้ นักศึกษามีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นมีความสำคัญ ที่ช่วยให้บุคคลมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะเห็นว่าการส่งเสริม นิสิต นักศึกษาโดยผ่านการจัดกิจกรรม หรือการฝึกทักษะของการประกอบการ การสร้างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และเป็นผู้ประกอบการจะช่วยให้ นิสิต นักศึกษาหลังจบการศึกษาเกิดความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนด้านแรงจูงใจภายนอก ปัจจัยดึงดูด ในการทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาส โดยมีความคิดเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการคือความท้าทาย และสามารถเป็นอาชีพที่มั่นคง การเป็นผู้ประกอบการ ผู้เกี่ยวข้อง สามารถสืบทอดธุรกิจ ส่งผลต่อความมั่นคงยั่งยืนของครอบครัว และการมีช่องทาง (ปัจจัยต่าง ๆ) ในการรวบรวมบุคคลที่มีความชำนาญเฉพาะทาง การมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยให้การดำเนินธุรกิจสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งการมีประสบการณ์ แผนงานชัดเจนจะนำไปสู่การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ กำไรและทรัพย์สินจากการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่ท่านมุ่งหวังให้เกิดขึ้นได้ตลอดระยะเวลาการประกอบการ การเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างชื่อเสียงได้ในอนาคต และต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพราะมองเห็นโอกาสของการเจริญเติบโตทางธุรกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Namsao and Ruanggoon (2021) as cited in the abstract ที่ศึกษาแรงจูงใจและกลยุทธ์ธุรกิจ: เรื่องเล่าความสำเร็จจากผู้ประกอบการค้าปลีก และวัสดุก่อสร้าง ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจค้าปลีกและวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ แรงจูงใจจากความต้องการความมั่นคงของชีวิต แรงจูงใจ ที่ตั้งอยู่บนความคาดหวังของผู้อื่น และแรงจูงใจที่ต้องการสร้างประโยชน์ต่อสังคม กลยุทธ์ที่ทำให้การประกอบธุรกิจค้าปลีกและวัสดุก่อสร้างประสบความสำเร็จ ได้แก่ กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ และ Petchchuay et al., (2021) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลวิจัยพบว่า คุณลักษณะด้านการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง และด้านสร้างสรรค์นวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารงานของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะต้องเป็นมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และต้องศึกษาหาความรู้ใหม่เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาตนเองและนำไปใช้เพื่อให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจ รวมทั้งการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งจะเป็นแนวทางในการบริหาร อุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้องค์ความรู้แบบใหม่ การกระตุ้นและผลักดันให้พนักงานได้เกิดการเรียนรู้มีความพร้อมในการพัฒนาตนเองและพร้อมที่จะสร้างสรรค์ แนวทางในการทำงานใหม่ ๆ มีการพัฒนาระบบและกระบวนการทำงานในอุตสาหกรรมเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนแรงจูงใจภายใน ปัจจัยผลักดัน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น โดยคิดเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการมีอิสระในการทำงาน ไม่ต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของผู้บังคับบัญชา และได้อยู่ในสภาพแวดล้อม และวงการธุรกิจการประกอบการ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจภายใน และปัจจัยที่ผลักดัน ในการทำธุรกิจเพราะความจำเป็น ซึ่งวงการธุรกิจกว้างขวางกว่างานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพราะได้รับแรงบันดาลใจจากต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเป็นตัวอย่าง และการประกอบธุรกิจถือว่าได้เป็นเจ้านายตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Sukrak (n.d.) ที่ศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจและเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ ความไว้วางใจและการสนับสนุนแฟรนไชส์ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผ่านการซื้อ

ธุรกิจ แฟรนไชส์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ 1. แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านความเชื่อต่อปัจจัยควบคุม ด้านแรงปรารถนา และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยการทำงานด้วยตนเอง จะสำเร็จมากน้อยเพียงใด ก็เป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจ และการมีแรงกดดันจากปัจจัยรอบข้างเป็นแรงกระตุ้นให้เป็นผู้ประกอบการ โดยการประกอบธุรกิจดีกว่าการทำงานประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ Sornsermsombat (2018) ที่ศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจคือบุคคลยังมีแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความปรารถนาที่อยากจะเป็นอิสระ ซึ่งมีทิศทางเดียวกับผลการศึกษานักวิชาการต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่าความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อ แนวโน้มการแสวงหาโอกาสการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่ก้าวเข้ามาสู่การเป็นผู้ประกอบการ ต้องการอิสระในการตัดสินใจด้วยตนเอง และดำเนินการด้วยวิธีการของตนเอง และ Ketthian (2013) ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่าความเป็นตัวของตัวเอง มีอิทธิพลต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากผู้ที่ประสบความสำเร็จจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถบริหารจัดการชีวิตของตนเองได้อย่างมีอิสระ และสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความมั่นใจ มีความตั้งใจเด็ดเดี่ยว มีลักษณะความเป็นผู้นำ เอาชนะปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ มีความทะเยอทะยาน เพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จ

ด้านคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่ควรมีความมุ่งมั่น และมีความพยายามที่จะประสบความสำเร็จ มีทักษะประสานงาน และการติดต่อสื่อสาร มีความสามารถในการบริหารการเงิน มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองชัดเจน มีแผนงานที่เป็นระบบ มีความมั่นใจในตนเอง มีความสามารถในการจัดองค์กรที่เหมาะสม มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง โดยมีแหล่งสนับสนุน ด้านเงินทุน ด้านการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ Chokpromanan and Jetsadalak (2014) ที่ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐมพบว่า ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และผู้ประกอบการต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ และ Vasharangsi (2017) ได้ศึกษาสมรรถนะ และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเครือข่ายเบญจมิตร ผลการวิจัยพบว่าการมีเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน กล้าเสี่ยงต่อสถานการณ์ เพราะเชื่อว่าหากเสี่ยงสูงก็จะได้ผลตอบแทนสูง วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อประเมินโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เชื่อว่าความสำเร็จ หรือความล้มเหลวเกิดจากความพยายาม มีภาวะผู้นำกล้าตัดสินใจให้ทันเวลา ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ต่อสิ่งใหม่ ๆ มีความสามารถในการบริหารจัดการงานเกิดประสิทธิภาพ ทันเวลา ลดความเสียหาย สามารถทำงานเป็นทีม และมีเทคนิคที่ดีต่อการลำดับการทำงานตามลำดับก่อนหลัง

อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ผลจากการตอบแบบสอบถาม เรื่องอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ ของนิสิตปริญญาตรี กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก ด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตปริญญาตรี ของทั้ง 2 มหาวิทยาลัย พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งภาพรวมจากความคิดเห็นของทุกด้านพบว่าอยู่เพียงแค่ระดับมาก ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่านิสิต นักศึกษาของทั้ง 2 มหาวิทยาลัย มีการรับรู้ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย 3 ข้อที่ต่ำที่สุดของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 10 ประการ ได้แก่ การมีแหล่งเงินทุนสนับสนุน ด้านเงินทุน ด้านการบริหารจัดการที่ดี ความสามารถวิเคราะห์ตลาด และคู่แข่ง และมีความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นหากมหาวิทยาลัยต้องการสร้างให้นิสิต นักศึกษามีคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ ต้องเสริมสร้างลักษณะนิสัยที่ผ่านหลักสูตร กิจกรรมการเรียนการสอน กิจกรรมเสริม เช่น การสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการดูงานนอกสถานที่ เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้แก่ผู้เรียน ซึ่งคุณลักษณะเหล่านั้นอาจประกอบไปด้วยทักษะทางด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากทักษะทางความรู้ (Hard skill) ที่ประกอบไปด้วย IQ คือ Intelligence Quotient หรือระดับสติปัญญาด้านความรู้ความสามารถ ส่วน ทักษะทางอารมณ์ (Soft Skill) ที่ประกอบไปด้วย EQ หรือ Emotional Quotient คือ ระดับความฉลาดด้านอารมณ์ ซึ่งหมายถึงเรื่องบุคลิกภาพและการควบคุมตนเองเป็นส่วนใหญ่ และการมีคุณธรรม จริยธรรม หรือ MQ ย่อมาจาก Moral Quotient หมายถึงระดับความคิดด้านศีลธรรมหรือระดับของศีลธรรมในใจคน ดังนั้นสถานศึกษาควรสร้างให้นิสิต นักศึกษามีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ผ่านการเรียนรู้จากกิจกรรมการเรียนการสอน หรืออาจจัดให้มีกิจกรรมพิเศษ ที่มุ่งเน้นให้นิสิต นักศึกษาเกิดแรงจูงใจ และในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป / ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการวิเคราะห์ตลาด และคู่แข่ง และแหล่งสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านการบริหารจัดการที่ดี เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำเป็น 2 ลำดับสุดท้าย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นปัจจุบันสอดแทรกในบทเรียนเกี่ยวกับการประกอบการโดยเน้นการมีประสบการณ์ตรง

2. มหาวิทยาลัย ควรสร้างแหล่งการเรียนรู้เกี่ยวกับการประกอบการในลักษณะการเป็นสมาชิกเครือข่ายทางธุรกิจที่มีชื่อเสียงหรือได้รับการยอมรับในวงการ ที่ผู้เรียนสามารถเข้าถึงกันได้สะดวก อาจเป็นการเรียนรู้ทั้งแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมโดยอาจขยายกลุ่มประชากรที่ทำการเก็บข้อมูล โดยเปรียบเทียบจากกลุ่มที่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล และ มหาวิทยาลัยเอกชน

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกถึงปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการในระดับสูงต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Akakul, T. (2000). *Research Methodology in Behavioral and Social Sciences*.

Ubon Ratchathani Rajabhat Institute.

Chokpromanan, W., & Jesadalak, W. (2014). The Affect Entrepreneur Characteristic on Business Success of Store Entrepreneur in Don Wai Floating Market, Nakhon Pathom Province. *Journal of Humanities Social Sciences and Arts*, 8(2), 967-988.

Department of Business Development. (2022). *Business Registration Results*.

Department of Business Development. <https://www.dbd.go.th/>

Ketthian, W. (2013). *Entrepreneurial characteristics affecting business success in medium-sized enterprises in the lower northeastern region of Thailand*. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

Namsao, W., & Ruanggoon, J. (2021). *Motivation and Business Strategies: Success Story from Steel and Building Materials Entrepreneur* [Abstract]. *Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Sciences)*, 7(2), 506-521.

Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP). (2023). *SME Promotion Plan*. <https://www.sme.go.th/>

Office of the Education Council. (2019). *Education Management for Entrepreneurial Development*. <https://backoffice.onec.go.th/>

- Petchuay, P., Pajit, P., & Rodsisen, R. (2021). Characteristics of Entrepreneurs Affecting the Success of the Administration of Small and Medium Enterprises: A Case Study of Palm Oil Industry in Surat Thani. *Journal of Management Sciences*, 8(1), 107-124.
<https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17728?locale=th>
- Poolsawat, P. & Supanti D. (2019). Motivation towards entrepreneurial intention: A case study of business student in Southern region of Thailand. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(1), 93-100.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/download/237907/162873/812863>
- Poolsawat, P., & Supanti, D. (2019). *Entrepreneurial intentions: A case study of business administration students in Southern Thailand* [Master's thesis, Prince of Songkla University]. PSU Knowledge Bank.
<https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/17728/1/441737.pdf>
- Sornsermsombat, P. (2018). *Characteristics influencing entrepreneurial intentions among students at Chiang Mai Rajabhat University* (Unpublished master's thesis). Chiang Mai Rajabhat University.
- Sukrak, J. (n.d.). *The influence of motivation and entrepreneurial attitudes, trust, and franchise support on entrepreneurial intentions through franchise business acquisition among entrepreneurs in Bangkok* (Unpublished master's thesis). Ramkhamhaeng University.
- The Office of the Registrar, Rajapruk University. (2022). *The statistics of student*. Rajapruk University. <https://edurank.org/uni/rajapruk-university/>
- Vashararansi P. (2017). The Students competencies and attributes as entrepreneurs in MBA Program in Benjamitr Universities Consortium. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 3(2), 116–126. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/112613>