

การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็น  
ผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่าย  
ภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

Education, Mindset, Motivation, and Creativity Affecting Entrepreneurial  
Intention of Students in Higher Education Institutions under  
the Upper Central Region Network in Thailand

อำพล นววงศ์เสถียร<sup>1</sup>, ภูษิต วงษ์เล็ก<sup>2</sup>, ปิศาชล พรหมวงษ์<sup>3</sup>, กรรณิการ์ สุธสม<sup>4</sup>,  
บุษยา วงษ์ชาวลิตกุล<sup>5</sup> และ เฉลิมพร เย็นเยือก<sup>6</sup>

Ampol Navavongsathian<sup>1</sup>, Phusit Wonglek<sup>2</sup>, Pisachol Pomvong<sup>3</sup>, Kanikar Susom<sup>4</sup>  
Busaya Wongchawalitkul<sup>5</sup> and Chalernporn Yenyuak<sup>6</sup>

Received November 18, 2021 & Revised December 3, 2021 & Accepted December 18, 2021

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือเพื่อวิเคราะห์ ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามออนไลน์ที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น สุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนในเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่าการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยโดยโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยค่าสถิติ  $\chi^2 = 786.67$  df. = 412 ค่า  $\chi^2/df. = 1.909$ , p-value = .056, CMIN/DF = 1.909, GFI = .997, TLI = .999, AGFI = .998 และ CFI = .993, RMSEA = .056 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงนโยบายในการให้การศึกษา ความรู้ การอบรมเฉพาะ การสร้างแรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ให้กับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย รวมทั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ มีความรู้ ทักษะ และเสริมสร้างประสบการณ์ให้จบออกไปเป็นบัณฑิตที่รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลกและออกไปเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในโลกธุรกิจ

คำสำคัญ : 1. การศึกษา, 2. ความเชื่อ, 3. แรงจูงใจ, 4. ความคิดสร้างสรรค์, 5. ผู้ประกอบการ

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Southeast Bangkok College

<sup>6</sup>มหาวิทยาลัยรังสิต

<sup>6</sup> Rangsit University

Email : n\_ampol@yahoo.com

## Abstract

The purpose of this research was to analyze education, mindset, motivations, and creativity affecting students' entrepreneurial intentions in higher education institutions under the network of the upper central region in Thailand. The primary data was collected from an online questionnaire sent to the sample, which was obtained by sampling using a random sampling method, without probability—randomly selected from students in public and private higher education institutions in the upper central region 400 samples in Thailand using structural equation model. The results showed that education, mindset, motivation, and creativity affect students' entrepreneurial intention in higher education institutions under the upper central region network in Thailand. The model is harmonious with the empirical data with statistical values at  $\chi^2 = 786.67$ ,  $df = 412$  ค่า  $\chi^2/df = 1.909$ ,  $p\text{-value} = .056$ ,  $CMIN/DF = 1.909$ ,  $GFI = .997$ ,  $TLI = .999$ ,  $AGFI = .998$  และ  $CFI = .993$ ,  $RMSEA = .056$ . at 05 significance level. The results of the study will be used for policy decision making in the learning and teaching of Thai higher education institutions. Including the incubation center for higher education institutions to create graduates with the characteristics of entrepreneurship, be aware of the changes in society and the world, and go out to be a successful entrepreneur in the business world.

**Keywords :** 1. Education, 2. Mindset, 3. Motivation, 4. Creativity, 5. Entrepreneur

## 1. บทนำ

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 และมาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561 มุ่งเน้นการพัฒนาคนและสังคมไทยให้เป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของประเทศ มีความพร้อมทางกาย ใจ สติปัญญา และทักษะศตวรรษที่ 21 มีคุณธรรมจริยธรรม เคารพกฎหมาย มีภาวะผู้นำ รู้รักคุณค่าความเป็นไทยและรู้บริบทสากล โดยมุ่งหวังให้การจัดการศึกษาเป็นการศึกษาตลอดชีวิต สร้างวิถีการเรียนรู้ของคนไทย ให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้สู่การร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579) และในประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 ได้กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาดำเนินการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามีคุณลักษณะของคนไทยที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยกำหนดไว้ในข้อ 4 มาตรฐานการอุดมศึกษา ประกอบด้วย มาตรฐาน 5 ด้าน ดังนี้ มาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน มาตรฐานที่ 2 ด้านการวิจัยและนวัตกรรม มาตรฐานที่ 3 ด้านการบริการวิชาการ มาตรฐานที่ 4 ด้านศิลปะและวัฒนธรรมและความเป็นไทยและ มาตรฐานที่ 5 ด้านการบริหารจัดการ

ในส่วนมาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน สถาบันอุดมศึกษาต้องสร้างให้บัณฑิต (1.1) เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และความรอบรู้ด้านต่าง ๆ ในการสร้างสัมมาอาชีพ ความมั่นคงและคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยเป็นผู้มีคุณธรรม ความเพียร

มุ่งมั่น มานะ บากบั่น และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ (1.2.) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก สามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชนสังคม และประเทศ และ (1.3) เป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้องรู้คุณค่าและรักษาความเป็นไทย ร่วมมือรวมพลังเพื่อสร้างสรรค์การพัฒนาและเสริมสร้างสันติสุขอย่างยั่งยืนทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน สังคม และประชาคมโลก (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561)

เมื่อพิจารณาจากมาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ในข้อ (1.2.) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก

จะเห็นว่าประกาศดังกล่าวได้กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาผลิตบัณฑิตในด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ให้มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก ประกาศของกระทรวง ศึกษาธิการดังกล่าวจึงมุ่งหวังให้สถาบันอุดมศึกษาผลิตบัณฑิตให้ได้ผลลัพธ์มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการได้เมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้ว

สำหรับความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถ ความเต็มใจ แรงบันดาลใจ รวมถึงการมีแรงจูงใจที่มากเพียงพอที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่และบริหารจัดการธุรกิจโดยการระดมทุนและหาผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจ โดยพร้อมยอมรับความเสี่ยง และมีเป้าประสงค์ของการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร (Navavongsathian, & Rungruang, 2020; Audretsch, et al., 2012) นอกจากนี้ ยังหมายความรวมถึงความสามารถในการค้นหาและใช้โอกาสในการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้และสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาต่อยอดเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อีกด้วย (Scott and Venkatraman, 2000)

ในมิติของการเรียนการสอนและการจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในการที่จะมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตเพื่อให้ออกไปเป็นผู้ประกอบการ จำเป็นต้องทำความเข้าใจบริบททั้งทางด้านสภาพแวดล้อมภายในสภาพแวดล้อมภายใน รวมทั้งปัจจัยความเป็นปัจเจกบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาอีกด้วย

งานวิจัยในต่างประเทศที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาจบไปเป็นบัณฑิตแล้วไปเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จพบว่า ผู้ประกอบที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (Stefanovic et al., 2010) มีความปรารถนาส่วนตัวและความเต็มใจที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการในขณะที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อจบไปเป็นผู้ประกอบการ (Pangsestun, et al., 2014) การมีสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่บ่มเพาะให้เป็นผู้ประกอบการและการมีที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Aziz et al., 2013) ความต้องการมีอาชีพที่อิสระและเป็นเจ้านายของตนเอง (Kumar & Kalyani, 2011)

ในงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่าสำหรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยจะทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนทั้งที่มีการก่อตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบัน อยู่ระหว่างการก่อตั้ง หรือไม่มีศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา ทั้งนี้

เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่มีความหลากหลายและความสามารถในการเป็นตัวแทนประชากรที่มีลักษณะบริบทที่แตกต่างกันได้

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

## 3. ทบทวนวรรณกรรม

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 และมาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561 มุ่งเน้นการพัฒนาคนและสังคมไทยให้เป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของประเทศ มีความพร้อมทางกาย ใจ สติปัญญา และทักษะศตวรรษที่ 21 มีคุณธรรมจริยธรรม เคารพกฎหมาย มีภาวะผู้นำ รู้รักคุณค่าความเป็นไทยและรู้บริบทสากล โดยมุ่งหวังให้การจัดการศึกษาเป็นการศึกษาตลอดชีวิต สร้างวิถีการเรียนรู้ของคนไทย ให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้สู่การร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579)

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 ได้กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาดำเนินการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามีคุณลักษณะของคนไทยที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยกำหนดไว้ในข้อ 4 มาตรฐานการอุดมศึกษา ประกอบด้วย มาตรฐาน 5 ด้าน ดังนี้ มาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน มาตรฐานที่ 2 ด้านการวิจัยและนวัตกรรม มาตรฐานที่ 3 ด้านการบริการวิชาการ มาตรฐานที่ 4 ด้านศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทยและมาตรฐานที่ 5 ด้านการบริหารจัดการ

ในส่วนมาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน สถาบันอุดมศึกษาต้องสร้างให้บัณฑิต (1.1) เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และความรอบรู้ด้านต่างๆ ในการสร้างสัมมาอาชีพ ความมั่นคงและคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยเป็นผู้มีคุณธรรม ความเพียร มุ่งมั่น มานะ บากบั่น และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ (1.2.) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก สามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชนสังคม และประเทศ และ (1.3) เป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีความกล้าหาญทางจริยธรรม ยึดมั่นในความถูกต้องรู้คุณค่าและรักความเป็นไทย ร่วมมือรวมพลังเพื่อสร้างสรรค์การพัฒนาและเสริมสร้างสันติสุขอย่างยั่งยืนทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน สังคม และประชาคมโลก (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561)

เมื่อพิจารณาจากมาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ในข้อ (1.2.) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก จะเห็นได้ว่าประกาศดังกล่าวได้กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาผลิตบัณฑิตในด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ให้มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก ประกาศของกระทรวงศึกษาดังกล่าวจึงมุ่งหวังให้สถาบันอุดมศึกษาผลิตบัณฑิตให้ได้ผลลัพธ์เป็นผู้ประกอบการได้เมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้ว

สำหรับความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถ ความเต็มใจ แรงบันดาลใจ รวมถึงการมีแรงจูงใจที่มากเพียงพอที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่และบริหารจัดการธุรกิจโดยการระดมทุนและหาผู้ร่วมก่อตั้ง

ธุรกิจ โดยพร้อมยอมรับความเสี่ยง และมีเป้าประสงค์ของการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร (Audretsch, et al., 2002) นอกจากนี้ ยังหมายความว่ารวมถึงความสามารถในการค้นหาและใช้โอกาสในการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้และสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาต่อยอดเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อีกด้วย (Scott and Venkatraman, 2000)

ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในอาชีพอิสระและเป็นทางเลือกของนักศึกษาและบัณฑิตในยุค 4.0 จากการสำรวจของ NIDA Poll ภายใต้หัวข้อ “เด็กไทยในยุค ไทยแลนด์ 4.0” โดยทำสำรวจระหว่างวันที่ 8 – 10 มกราคม 2561 โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทุกภูมิภาค ระดับการศึกษา และอาชีพ รวมทั้งสิ้น จำนวน 1,250 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับเด็กไทยในยุค ไทยแลนด์ 4.0 การสำรวจใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยความน่าจะเป็นจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิต้าโพล” ด้วยวิธีแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภูมิภาคสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกินร้อยละ 1.4 เมื่อถามถึงอาชีพในฝันที่เด็กและเยาวชนอยากเป็นในยุคไทยแลนด์ 4.0 (5 อันดับแรก) พบว่า ส่วนใหญ่ อันดับ 1 ร้อยละ 20.62 ระบุว่าเป็น อาชีพส่วนตัว / อิสระ รองลงมา อันดับ 2 ร้อยละ 11.34 ระบุว่าเป็น อาชีพครู/อาจารย์ อันดับ 3 ร้อยละ 9.28 ระบุว่าเป็น อาชีพแพทย์/พยาบาล รับราชการทหาร และวิศวกร/สถาปนิก/นักออกแบบดีไซน์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน อันดับ 4 ร้อยละ 7.22 ระบุว่าเป็น อาชีพตำรวจ และนักธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน และอันดับ 5 ร้อยละ 5.15 ระบุว่าเป็น อาชีพรับราชการ (ไม่ระบุสาขา) และนักบัญชี/การเงิน/ธนาคาร/การตลาด ในสัดส่วนที่เท่ากัน (Nidapoll, 2561) ซึ่งอาชีพลำดับแรกที่เด็กไทยในยุค 4.0 มีความต้องการเป็นมากที่สุดคืออาชีพส่วนตัว/ อิสระ ซึ่งหมายถึงการเป็น “เจ้านาย” ตัวเองหรือการเป็นผู้ประกอบการ แต่ที่น่าสนใจกว่าผลการสำรวจก็คืออะไรคือปัจจัยที่ทำให้ “เด็กไทยในยุค ไทยแลนด์ 4.0” สนใจอยากจะเป็นผู้ประกอบการ

### ทฤษฎีและการพัฒนาสมมติฐาน

ทฤษฎีความรู้ทางสังคมอ้างอิงถึงทฤษฎีการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้เชิงสังเกตของบุคคลตามรูปแบบและความสามารถของตัวเอง (Beauchamp et al.,2019) ทฤษฎีนี้มีข้อสังเกตว่าบุคคลถูกจูงใจในผลลัพธ์แห่งความสำเร็จจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายของตนเองด้วยทักษะและความสามารถของตนเองที่มีอยู่ (Lim et al,2020, Wu et al.,2020) การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการช่วยให้เข้าใจความเป็นปัจเจกบุคคลเกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้ศึกษาเล่าเรียน กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ผ่านการคิดและการกระทำในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ทิศทาง ความคิดที่โน้มเอียงการเป็นตัวของตัวเองในฐานะผู้ประกอบการ ทฤษฎีความรู้ทางสังคมใช้อธิบายว่าทำไมนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่ได้รับการศึกษาและการบ่มเพาะให้เกิดจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ชุมความเชื่อและความคิด และความคิดสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงทั้งความคิดและความรู้ ทักษะความสามารถที่จะได้รับการพัฒนาให้ไปเป็นผู้ประกอบการที่ดีและประสบความสำเร็จหลังจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย(Yuan et al.,2020) นอกจากนี้ผลการศึกษาที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้เชื่อว่าการมุ่งเน้นไปที่การศึกษาความรู้ทั่วไปมีความสำคัญต่อการพัฒนาความก้าวหน้าในภาพรวมและการวางโปรแกรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการให้การศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะของแต่ละบุคคล (Liguori, et al., 2018) ซึ่งจากมุมมองของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม บุคคลจากถูกสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านช่องทางหลายระดับที่แตกต่างกันและสร้างเสริมทักษะและองค์ความรู้ของพวกเขาเหล่านั้นเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ (Oo, et al.,2018) ดังนั้น การศึกษา



ความเชื่อ ความคิดสร้างสรรค์ แรงจูงใจจะนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ของบุคคล และเสริมสร้างระดับความเชื่อมั่นที่จะสามารถแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ และสร้างสรรค์โอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ เพื่อไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่ (Chia and Liang, 2016)

#### การศึกษาและความเชื่อของผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยหลาย ๆ แห่งให้การศึกษา โดยจัดหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งการฝึกทักษะด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด การให้ลงมือปฏิบัติจริง รวมทั้งด้านกฎหมายและการจัดการการเงินซึ่งบางครั้งผู้จบการศึกษาที่กำลังเข้าสู่การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) ได้รับการศึกษาหาความรู้ เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโมเดลธุรกิจด้วยตัวของพวกเขาเอง (Sihombing & Rachmawati, 2015) การส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์ให้กับนักศึกษาที่ได้รับการบ่มเพาะสู่การเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ในรั้วมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรทางความรู้ปัญญาประดิษฐ์และกลไกของการสร้างและให้ได้สัมผัสอย่างลึกซึ้งในองค์ความรู้และทักษะเพื่อถ่ายทอดสู่นักศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Shapero & Sokol, 1982) นอกจากนี้ Krueger et al. (2000) เห็นว่านอกจากความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ความเชื่อหรือชุดความคิดในตัวบุคคลยังเป็นปัจจัยเสริมสร้างด้านจิตวิทยาในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว ระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายยังเป็นการส่งเสริมความเชื่อหรือชุดความคิด การสร้างเสริมความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) ด้วย และเพื่อที่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการในตัวแสดงในระบบนิเวศที่ประกอบด้วย นักศึกษา การให้ความรู้ การเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ความเชื่อหรือชุดความคิดเป็นปัจจัยทางจิตวิทยา ผู้ประกอบการเพื่อการบ่มเพาะที่ทำให้ให้นักศึกษาให้เกิดความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อีกด้วย (Ramoglou et al., 1982) นอกจากนี้ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยของ Navavongsathian and Rungruang (2019) พบว่าความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ แรงจูงใจ ความสำเร็จ และความมุ่งมั่นมีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

#### แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาของ Kuratko and Hodgetts (1997) โดยศึกษาความสัมพันธ์ของผู้ที่จบการศึกษากับการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยจูงใจมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การได้รับผลลัพธ์จากการทำงานและการทุ่มเทให้กับธุรกิจตัวเองคือ “ทุ่มเทมาก ได้รับผลตอบแทนกลับมา” ปัจจัยลำดับต่อมาคือ ความเป็นอิสระ ความเป็นส่วนตัว และเชื่อว่าทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิตมากกว่าตามลำดับ นอกจากนี้ Swierczek and Thai (2003) ได้ศึกษาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ชาวเวียดนามในธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่ (Startup) พบว่า ประเด็นความท้าทายและการมุ่งสัมฤทธิ์ผลของการประกอบการเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่มีอิทธิพลมากกว่าความจำเป็นและความมั่นคงในงาน ปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการที่ Bewayo (1995) ทำการศึกษาผู้ประกอบการในประเทศยูกันดา พบว่าปัจจัยที่ทำให้คนรุ่นใหม่มุ่งเป็นผู้ประกอบการได้แก่ “ความสามารถในการทำเงิน (making money)” เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด

#### ความคิดสร้างสรรค์ผู้ประกอบการ

นอกจากปัจจัยจูงใจแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญในการทำให้นักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่สนใจเข้ามาเป็นผู้ประกอบการได้แก่ ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ ผลการศึกษาของ Stewart and Roth (2007); Collins, Hanges and Locke (2004); Begley and Boyd (1987); Ahmed (1985); Lachman

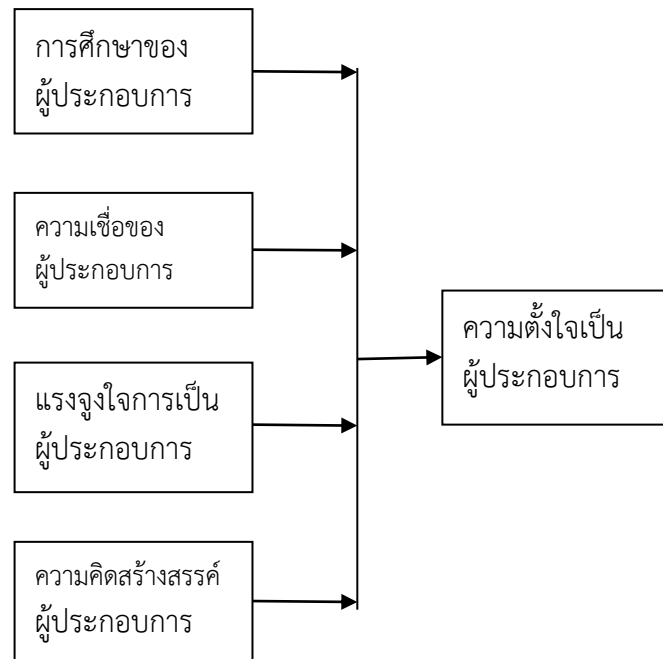
(1980) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการมีทักษะในเชิงการประกอบการที่ดีและพัฒนาบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างทั้งในมิติของการตัดสินใจและการสร้างธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการที่เข้าสู่การเริ่มต้นและการสร้างธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างความสำเร็จให้กับตนเองและธุรกิจ โดยทัศนคติ แรงบันดาลใจ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบการเป็นจิตวิญญาณสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของกระบวนการทางองค์ความรู้ส่วนบุคคลและสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่และใช้ความคิดให้เป็นประโยชน์ผ่านข้อมูลที่เหมาะสมและความรู้ นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ถูกกำหนดเป็นความสามารถและทักษะของบุคคลซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาได้อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Sihombing & Rachmawati, 2015) งานวิจัยของ Mohamad et al. (2015) ซึ่งได้เก็บตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยในปากีสถานจำนวน 390 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความคิดสร้างสรรค์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่มีอยู่ในตัวของผู้ประกอบการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในช่วงอายุของตนเอง การแสวงหาความรู้และทักษะสำคัญที่จำเป็นในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ความคิดในการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและนำผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Linan, 2004) นอกจากนี้ทัศนคติส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (Krueger et al., 2000) การรับรู้และบรรทัดฐานของสังคมที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ในการเป็นผู้ประกอบการ (Shapero&Sokol, 1982) ความเป็นไปได้ในการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจากความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองและความเชื่อมั่นในความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและมุ่งสู่ความสำเร็จ (Linan, 2004; Ajzen, 1991; Shapero&Sokol, 1982; Krueger, et al., 2000) นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Wu et al.(2020) พบว่าความคิดสร้างสรรค์ การศึกษา การอบรมเฉพาะในขณะศึกษาในมหาวิทยาลัยส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจมุ่งสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

### ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ความตั้งใจหมายถึงความพยายามที่แสดงออกโดยปัจเจกบุคคลในการแสดงพฤติกรรมในรูปแบบที่มีความแน่นอนหรือการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ชัดเจน (Ajzen,1991) ความตั้งใจของบุคคลเป็นการพิจารณาตัวพยากรณ์ที่แข็งแกร่งที่สุดของความเป็นพฤติกรรมที่แท้จริงของบุคคลหนึ่ง เพื่อที่จะทำความเข้าใจอย่างชัดเจนในพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งซึ่งมีความสำคัญในบางขั้นตอนเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับความตั้งใจของบุคคลที่นำไปสู่การแสดงออกเกี่ยวกับพฤติกรรม ดังนั้น นักวิจัยหลายคนจึงได้ทำการศึกษารื่องดังกล่าวอย่างจริงจังว่าอะไรคือตัวกระตุ้นความตั้งใจของปัจเจกบุคคลในการแสดงพฤติกรรมที่แน่นอนในขอบเขตที่แตกต่างกัน (Mohamad, et.al, 2015; Mandan, et.al., 2013) การศึกษาความตั้งใจของนักวิจัยหลายคนได้มุ่งเน้นค้นหาว่าอะไรที่เป็นตัวชี้ว่าปัจเจกบุคคลที่มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Uygun, et.al., 2013) โดยได้ชี้ว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ไม่ได้เป็นสิ่งบังเอิญแต่เป็น “การแสดงออกของความเป็นผู้ประกอบการ” ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความตั้งใจเป็นอย่างมาก (Wilson, et.al., 2007) ดังนั้นการเริ่มต้นธุรกิจใหม่จึงเป็นนิยามได้อย่างง่ายว่าเป็นความเจาะจงกับการเลือกอาชีพด้วยความตั้งใจ(Urban, 2010) นอกจากนี้ Krueger, Reilly and Carsrud (2000) ยังเห็นว่าการศึกษาความตั้งใจของการเป็นผู้ประกอบการยังมีความสำคัญเพราะเป็นการอธิบายถึงรูปแบบของเหตุผลว่าทำไมจำนวนผู้ประกอบการที่มีความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจจึงเริ่มต้นจากความตั้งใจและความมุ่งมั่น

แรงจูงใจ การมุ่งที่ความสำเร็จประกอบกับการสร้างสมและบ่มเพาะความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการอย่างเต็มที่เพื่อเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นธุรกิจใหม่(Ajzen, 1991;Mohamad et.al, 2015; Linan, 2004)

ผลการการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้สร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยนี้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจาก Jiatong et al., 2021; Navavongsathian & Rungruang, 2019; Mohamad et.al, 2015; Swierczek & Thai, 2003

#### 4. ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้วิธีการสำรวจ ด้วยการสร้างมาตรวัด ได้แก่ แบบสอบถาม โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมาตรวัดที่ดีต้องสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้ โดยจะต้องมีทั้งความเที่ยงตรง (Validity) และเชื่อถือได้ (Reliability) ในเชิงเนื้อหาตรงตามความสัมพันธ์กับเกณฑ์และตรงตามมโนทัศน์

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะเริ่มต้นจากการสร้างมาตรวัดที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ตามเกณฑ์และตรงตามมโนทัศน์ ก่อนจะดำเนินการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นเมื่อออกแบบข้อคำถามจากการตรวจสอบทบทวนรายการคำถามดีแล้ว ผู้วิจัยจะให้นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการบ่มเพาะวิสาหกิจและการเป็นผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติและระเบียบวิธีการวิจัย จำนวนรวม 5 ท่านให้คำแนะนำและแก้ไขแบบสอบถามที่จะใช้เป็นมาตรวัดก่อนลงมือเก็บข้อมูล ทั้งนี้เพื่อให้มาตรวัดที่จะใช้วัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด ก่อนออกแบบสอบถามและก่อนการเก็บข้อมูล การทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัดใช้สถิติทดสอบ Cronbach's Alpha หากผลการทดสอบมาตรวัดไม่ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด (ค่าอัลฟาต่ำกว่า 0.60) ผู้วิจัยจะทำการเพิ่มข้อคำถามและ/หรือ ตัดข้อคำถาม และทำการทดสอบซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนกระทั่งมาตรวัดมีความถูกต้องและเชื่อถือได้โดยใช้แบบสอบถามทั้งออนไลน์ทั้งนี้เพื่อให้ได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการสำหรับงานวิจัยนี้



ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

| มาตรวัด                         | จำนวนข้อคำถาม | ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา |
|---------------------------------|---------------|----------------------|
| การศึกษาของผู้ประกอบการ         | 4             | .987                 |
| ความเชื่อของผู้ประกอบการ        | 4             | .984                 |
| แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ     | 4             | .984                 |
| ความคิดสร้างสรรค์ผู้ประกอบการ   | 3             | .983                 |
| ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ | 4             | .987                 |
| Total                           | 19            | .985                 |

จากตารางที่ 1 แสดงค่าของสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จากข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 19 ข้อคำถาม โดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างกับตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้สำหรับงานวิจัยนี้ได้แก่ นิสิตนักศึกษาจากเครือข่ายภาคกลางตอนล่าง จำนวนตัวอย่าง 40 ตัวอย่าง ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเชื่อถือได้หรือความสอดคล้องภายในของมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ มีค่าเฉลี่ยของสหสัมพันธ์คือค่าอัลฟาระหว่างค่า .983 ถึง .987 ส่วนข้อคำถามทั้ง 19 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค .985 ซึ่งถือว่ามาตรวัดที่ใช้เป็นแบบสอบถามในงานวิจัยนี้มีความเชื่อถือได้ในระดับที่สูง

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นิสิตและนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทั้งในภาครัฐและเอกชนสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบน จำนวน 44 สถาบัน โดยมีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันแม่ข่าย ตามรายชื่อสถาบันอุดมศึกษาแม่ข่ายและสมาชิกเครือข่ายกลุ่มพัฒนาเครือข่ายอุดมศึกษาที่จำแนกโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564)

#### กลุ่มตัวอย่าง

##### 1) ขนาดตัวอย่าง

ในการพิจารณาขนาดตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structure Models with Latent Variable) Hair Jr, et al (2010) ได้เสนอไว้ว่า ขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างต้องไม่ต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง และมีสัดส่วนจำนวนเท่าของขนาดตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าเป็น 10-12 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ โดยมีเงื่อนไขเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างต่ำสุดสำหรับการวิเคราะห์ กรณีตัวแปรแฝง  $\leq 7$  ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้  $> 3$  ตัวแปร ขนาดตัวอย่างต่ำสุดไม่ควรต่ำกว่า 150 ตัวอย่าง นอกจากนี้แล้ว นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอให้พิจารณาจากค่า Hoelter ว่าควรมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบสมการมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะใช้ตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะครอบคลุมตามเกณฑ์ดังกล่าว

ในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสถาบันอุดมศึกษาทั้งในภาครัฐและเอกชนสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบน จำนวน 44 สถาบัน เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างครบตามจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมตามกฎโดยทั่วไปในการเลือกใช้ค่าระดับสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Alpha level) และค่าความผิดพลาดที่ยอมรับ

ได้ คืออัลฟา = 0.05 และค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ เป็น 5% ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เหมาะสม (Krejcie & Morgan, 1970) เนื่องจากในงานวิจัยนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดสัดส่วนประชากรที่ต้องการสุ่มไว้ที่ 20% หรือ 0.2 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% หรือ 0.05 โดยใช้สูตรการคำนวณจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตร Cochran (2007) ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 384 ตัวอย่างงานวิจัยนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะครอบคลุมจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมตามสูตรของ Cochran (2007) ขณะเดียวกันก็จะได้ตัวอย่างขนาดใหญ่กว่าซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านของความน่าเชื่อถือและการเป็นตัวแทนประชากรตามแนวคิดของ Newman (1997)

## 2) เทคนิคในการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยการเลือกตัวอย่างจากประชากรที่เป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสถาบันอุดมศึกษาทั้งในภาครัฐและเอกชนสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบน จำนวน 44 สถาบันและเลือกตัวอย่างให้ครบตามจำนวนที่ต้องการโดยไม่มีกฎเกณฑ์ในการเลือกจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

## 5. ผลการวิจัย

เพื่อเป็นการตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่ว่าเพื่อศึกษาและวิเคราะห์การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis-EFA) โดยเลือกใช้ Common Factor Analysis วิธี Principle Axis Factoring (PAF) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

ตารางที่ 2 ค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Barlett's Test of Sphericity ซึ่งค่า KMO มีค่า 0.876 และ Sig = .000<0.05 ซึ่งค่า  $0 \leq KMO \leq 1$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันมาก สามารถจัดกลุ่มเป็นปัจจัยได้ดีเพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้ องค์ประกอบรวมสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรได้ในระดับดี (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2563)

ตารางที่ 2 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Barlett's Test of Sphericity

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)     | 0.876  |
| Barlett's Test of Sphericity |        |
| Approx.Chi-Square            | 786.67 |
| df                           | 412    |
| Significant                  | .000   |

ตารางที่ 3 ค่าสถิติประเมินความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองเชิงประจักษ์

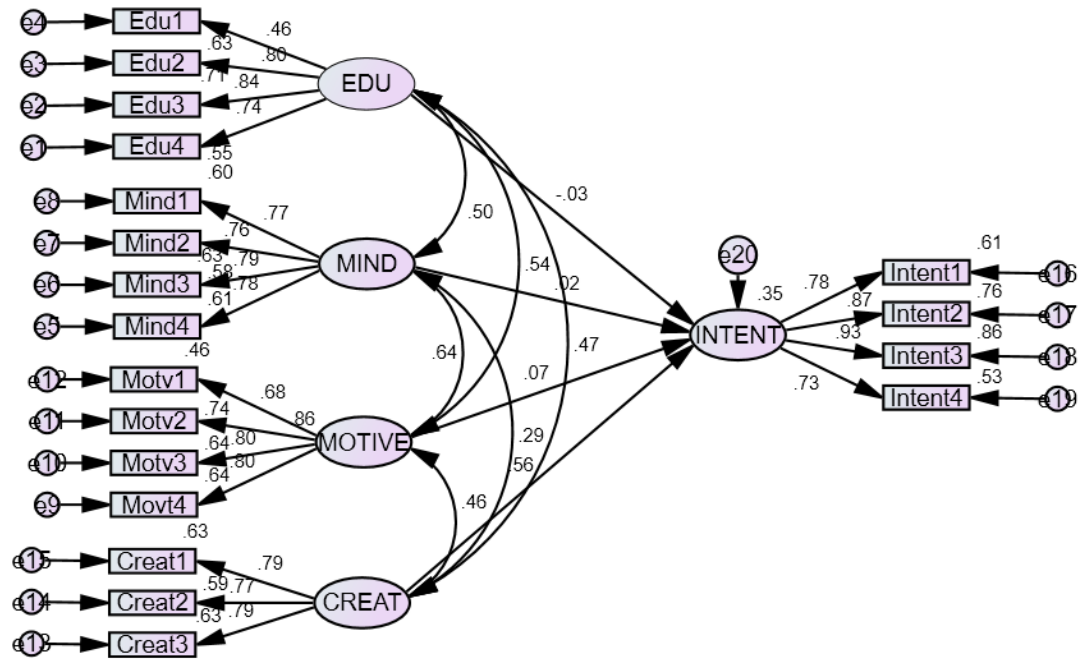
| ค่าดัชนี                                                | เกณฑ์มาตรฐาน                                        | ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------|
| p-value                                                 | มากกว่าหรือเท่ากับ 0.05<br>(Schumacker& Lomax,2010) | .059                          |
| $\chi^2 = 786.67$ df.= 412<br>ค่า $\chi^2$ /df. = 1.909 | ไม่ควรเกิน 2.0 (Schumacker& Lomax,2010)             | 1.909                         |
| CMIN/DF                                                 | น้อยกว่า 2.0 (Schumacker& Lomax,2010)               | 1.909                         |
| GFI                                                     | มากกว่า 0.95 (Kelloway,2015)                        | .997                          |
| TLI                                                     | มากกว่า 0.95 (Kelloway,2015)                        | .999                          |
| AGFI                                                    | มากกว่า 0.95 (Kelloway,2015)                        | .998                          |
| CFI                                                     | มากกว่า 0.95 (Kelloway,2015)                        | .993                          |
| RMSEA                                                   | น้อยกว่า 0.05 (Kelloway,2015)                       | .056                          |

จากตารางที่ 3 ได้ค่า  $\chi^2 = 786.67$  df.= 412 ค่า  $\chi^2$ /df. = 1.909, p-value = .056, CMIN/DF = 1.909 ซึ่งน้อยกว่า 2.0 มีระดับความสอดคล้องดี (Schumacker& Lomax, 2010) ซึ่งหมายถึงแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนั้นพบว่าค่า , GFI = .997, TLI = .999, AGFI= .998 และ CFI = .993 มีค่ามากกว่า 0.95 ทุกค่าแสดงว่ามีระดับความสอดคล้องดี (Kelloway,2015) และพบว่า RMSEA = .056 และ PCLOSE หรือ p-value = 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานคือ RMSEA น้อยกว่า 0.05 (Kelloway,2015) สรุปได้ว่าค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานและอยู่ในระดับความสอดคล้องดี

ตารางที่ 4 HOELTER

| Model         | HOELTER<br>0.5 | HOELTER<br>0.1 |
|---------------|----------------|----------------|
| Default model | 225            | 234            |

จากตารางที่ 4 ค่า HOELTER 0.5 ได้ค่า 225 ซึ่งมากกว่า 200 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในงานวิจัยนี้มีความเหมาะสมดี



$\chi^2 = 786.67$  df. = 412 ค่า  $\chi^2/\text{df.} = 1.909$ , p-value = .056, CMIN/DF = 1.909, GFI = .997, TLI = .999, AGFI = .998 และ CFI = .993, RMSEA = .056 ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดโดยพิจารณาจากค่า Standardized Regression Weights แสดงให้เห็นว่า

1. ค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐานในภาพที่ 2 จะพบว่าน้ำหนักปัจจัย ได้แก่ ความเชื่อ การศึกษา แรงจูงใจ ความคิดสร้างสรรค์ เรียงตามลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้ ความเชื่อของผู้ประกอบการ (.541) การศึกษาของผู้ประกอบการ (.505) แรงจูงใจ (.467) และ ด้านคิดสร้างสรรค์ (.459)
2. ค่าน้ำหนักปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการของตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว เรียงตามค่าน้ำหนักปัจจัยจากมากไปน้อย ดังนี้ การเรียนรู้ (.844) ทักษะ (.801) การเสริมสร้างประสบการณ์ (.744) และความรู้ (.630)
3. ค่าน้ำหนักปัจจัยด้านความเชื่อของตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว เรียงตามค่าน้ำหนักปัจจัยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความต้องการเป็นเจ้านายตัวเอง (.791) ความมั่นคง (.784) ได้เป็นเจ้าของธุรกิจ (.767) รายได้ที่สูง (.760)
4. น้ำหนักปัจจัยด้านแรงจูงใจของตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว เรียงตามค่าน้ำหนักปัจจัยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผลตอบแทน (.864) ความมั่นคง (.799) รายได้ที่สูง (.799) ความเป็นอิสระ (.740)

5. นำหนักปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ของตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว เรียงตามค่าน้ำหนักปัจจัยจากมากไปน้อย ดังนี้ การสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ที่แตกต่าง (.792) การมุ่งสู่ความสำเร็จที่แตกต่าง (.792) และการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ที่แตกต่างจากอุตสาหกรรม (.770)

ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยและผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยและผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

| ตัวแปรสังเกต                               | ตัวแปรผล                            | Estimate | S.E. | Z-test | p    | R <sup>2</sup> |
|--------------------------------------------|-------------------------------------|----------|------|--------|------|----------------|
| X <sub>1</sub> = การศึกษา (EDU)            | Y = ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ | .312     | .065 | 7.799  | .000 | .64            |
| X <sub>2</sub> = ความเชื่อ (MIND)          |                                     | .232     | .078 | 5.125  | .000 |                |
| X <sub>3</sub> = แรงจูงใจ (MOTIVE)         |                                     | .227     | .055 | 7.889  | .000 |                |
| X <sub>4</sub> = ความคิดสร้างสรรค์ (CREAT) |                                     | .443     | .079 | 6.090  | .022 |                |

สรุปผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยพบว่า

1. ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าระหว่าง .459 ถึง .541 โดยปัจจัยด้านความสำเร็จมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเชื่อของผู้ประกอบการมากที่สุด (.541) รองลงมาคือการศึกษาของผู้ประกอบการ (.505) แรงจูงใจ (.467) และ ด้านคิดสร้างสรรค์ (.459) น้อยที่สุด

2. เมื่อพิจารณาค่า R<sup>2</sup> จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยด้านความสำเร็จ ด้านแรงจูงใจ ด้านความรู้และทักษะ และด้านความมุ่งมั่นสามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาได้ร้อยละ 64

3. เมื่อพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าสัดส่วนระหว่างค่าไครสแควร์กับระดับองศาอิสระมีค่า 1.909 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนีวัดความกลมกลืน (CFI) มีค่า .993 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 ดัชนีวัดความเหมาะสมพอดีไม่อิงเกณฑ์ (TLI) มีค่า .999 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 ดัชนีวัด



ระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่า .998 ซึ่งมากกว่า .95 และดัชนีค่าความคาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่า .056 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (Vanichbuncha, 2020)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และผลที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย**

| ตัวแปรสาเหตุ                           | ตัวแปรผล                            |              |
|----------------------------------------|-------------------------------------|--------------|
|                                        | Y = ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ |              |
|                                        | Direct Effect                       | Total Effect |
| X <sub>1</sub> = การศึกษา              | .389                                | .389         |
| X <sub>2</sub> = ความเชื่อ             | .441                                | .441         |
| X <sub>3</sub> = แรงจูงใจ              | .264                                | .264         |
| X <sub>4</sub> = ความคิดสร้างสรรค์     | .261                                | .261         |
| สัมประสิทธิ์การทำนาย (R <sup>2</sup> ) | R <sup>2</sup> = 0.64               |              |

ผลการตรวจสอบอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและปัจจัยรวมของการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยพบว่า

1. ปัจจัยด้านความเชื่อมีอิทธิพลทางตรงมากที่สุดต่อ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .441 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

2. ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงรองลงมาต่อ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .389 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ประกอบการการศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .264 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

4. ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการการศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อ การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทยน้อยที่สุดโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .261 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

## 6. อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อของผู้ประกอบการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือการศึกษาของผู้ประกอบการ แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการและความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบการมีผลต่อการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย

การศึกษาและความเชื่อของผู้ประกอบการมีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาซึ่งพบว่างานวิจัยของ Sihombing & Rachmawati (2015) ที่ได้เก็บข้อมูลในมหาวิทยาลัยหลาย ๆ แห่งที่ได้จัดทำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งการฝึกทักษะด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด การให้ลงมือปฏิบัติจริง รวมทั้งด้านกฎหมายและการจัดการการเงิน สำหรับการเตรียมนักศึกษาให้จบเป็นบัณฑิตแล้วออกไปเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่าหากนักศึกษาและผู้กำลังจบการศึกษาที่กำลังเข้าสู่การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) ได้รับการบ่มเพาะความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาและผู้ที่กำลังจะจบการศึกษาอย่างมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Shapero & Sakol (1982) ที่ค้นพบว่าการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโมเดลธุรกิจการส่งเสริมและพัฒนาความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรทางเช่าวิญญูญาประดิษฐ์และกลไกของการสร้างและให้ได้สัมผัสอย่างลึกซึ้งในองค์ความรู้และทักษะเพื่อถ่ายทอดสู่ นักศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ส่วน Krueger et al.(2000) เห็นว่านอกจากความรู้และทักษะที่เป็นปัจจัยเสริมสร้างด้านจิตวิทยาในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว ระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลาย ยังเป็นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) ด้วย รวมทั้งการให้ความรู้ การเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ จิตวิทยาผู้ประกอบการเพื่อการบ่มเพาะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักศึกษาให้เกิดความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อีกด้วย (Ramoglou et al., 2016)

ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอิทธิพลต่อตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kuratko and Hodgetts (1997) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจมีความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยจูงใจที่สำคัญในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการคือ “การทุ่มเทมาก ได้รับผลตอบแทนกลับมา” และยังสอดคล้องกับการศึกษาของSwierczek and Thai (2003) โดยพบว่า ประเด็นความท้าทายและการมุ่งสัมฤทธิ์ผลของการประกอบการเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ Bewayo (1995) ยังพบว่าปัจจัยที่ทำให้คนรุ่นใหม่มุ่งเป็นผู้ประกอบการได้แก่ “ความสามารถทำเงิน (making money)” เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Stewart and Roth (2007); Ahmed (1985) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการมีทักษะในเชิงการประกอบการที่ดีและพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างทั้งในมิติของการตัดสินใจและการสร้างธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการ

ที่เข้าสู่การเริ่มต้นและการสร้างธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างความสำเร็จให้กับตนเองและธุรกิจ โดยทัศนคติ แรงบันดาลใจ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบการเป็นจิตวิญญาณสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของกระบวนการทางองค์ความรู้ส่วนบุคคลและสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่และใช้ความคิดให้เป็นประโยชน์ผ่านข้อมูลที่เหมาะสมและความรู้ นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ถูกกำหนดเป็นความสามารถและทักษะของบุคคลซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาได้อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Sihombing & Rachmawati, 2015) งานวิจัยของ Murad et al. (2021) ซึ่งได้เก็บตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยในปากีสถานจำนวน 390 คน ซึ่งผลการศึกษพบว่าความคิดสร้างสรรค์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

## 7. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้พบว่า การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา โดยปัจจัยด้านความเชื่อของผู้ประกอบการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือการศึกษาของผู้ประกอบการ แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการและความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบการมีผลต่อการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

### 1. ปัจจัยด้านการศึกษาและความเชื่อของผู้ประกอบการ

สถาบันการศึกษาควรอบรมบ่มเพาะความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งการฝึกทักษะด้านการวางแผนและการจัดการการตลาด การให้ลงมือปฏิบัติจริง รวมทั้งด้านกฎหมายและการจัดการการเงิน สำหรับการเตรียมนักศึกษาให้จบเป็นบัณฑิตแล้วออกไปเป็นผู้ประกอบการ จัดกิจกรรมที่ให้ความรู้และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโมเดลธุรกิจการส่งเสริมและพัฒนาความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรทางเข้าปัญหาประดิษฐ์และกลไกของการสร้างและให้ได้สัมผัสอย่างลึกซึ้งในองค์ความรู้และทักษะเพื่อถ่ายทอดสู่นักศึกษา การสร้างเสริมความรู้และทักษะที่เป็นปัจจัยเสริมสร้างด้านจิตวิทยาในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จัดให้เกิดระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายยังเป็นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) รวมทั้งการให้ความรู้ การเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ จิตวิทยาผู้ประกอบการเพื่อการบ่มเพาะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักศึกษาให้เกิดความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่

นอกจากนี้สถาบันการศึกษาอาจจะ Entrepreneur Academic โดยโครงการนี้ช่วยให้นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการมีเครื่องมือ แหล่งข้อมูล และเครือข่ายในการเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างความเข้าใจ และฝึกปฏิบัติงานจริงในการเป็นผู้ประกอบการรวมทั้งมีโอกาสทัศนศึกษาพูดคุยกับผู้ประกอบการที่ฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ จนสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ตลอดจนมีที่ปรึกษาให้นักศึกษาในการฝึกเป็นผู้ประกอบการ จนนักศึกษามีเชื่อมั่นในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษาควรให้การบ่มเพาะนักศึกษาโดยกระตุ้นให้มองเห็นว่าผลลัพธ์จากการทำงานและการทุ่มเทให้กับธุรกิจตัวเองคือ “ทุ่มเทมาก ได้รับ

ผลตอบแทนกลับมา” และชี้ให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีความเป็นอิสระ ความเป็นส่วนตัว และเชื่อว่าจะทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิต ให้นักศึกษามองเห็นถึงประเด็นความท้าทายและการมุ่งสัมฤทธิ์ผลของการประกอบการเป็นสิ่งจูงใจสำคัญ และกระตุ้นให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการจะทำให้คนรุ่นใหม่กลายเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถทำเงินได้ไม่ยากนัก

### 3. ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์

สถาบันการศึกษาควรกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการมีทักษะในเชิงการประกอบการที่ดีและพัฒนาบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างทั้งในมิติของการตัดสินใจ และการสร้างธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการที่เข้าสู่การเริ่มต้นและการสร้างธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างความสำเร็จให้กับตนเองและธุรกิจ โดยทัศนคติ แรงบันดาลใจ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบการเป็นจิตวิญญาณสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของกระบวนการทางองค์ความรู้ส่วนบุคคลและสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่และใช้ความคิดให้เป็นประโยชน์ผ่านข้อมูลที่เหมาะสมและความรู้เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ถูกกำหนดเป็นความสามารถและทักษะของบุคคล ความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ยังมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

## 8. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2563). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2560-2579. ค้นจาก <https://www.kanpeo.go.th/wp-content/uploads/2017/10-2560-2579.pdf>
- ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ มาตรฐานการอุดมศึกษา 2561. ค้นจาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/E/199/T19.PDF>
- สำนักประสานและส่งเสริมกิจการอุดมศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2564). รายชื่อสถาบันอุดมศึกษาแม่ข่ายและสมาชิกเครือข่ายกลุ่มพัฒนาเครือข่ายอุดมศึกษา.
- Ahmed, S. U. (1985). Nach, risk-taking Propensity, Locus of Control and Entrepreneurship. Personality and Individual Differences. 6(6), 781-782.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes. 50(2), 179-211.
- Audretsch, D. B., Bozeman, B., Combs, K. L., Feldman, M., Link, A. N., Siegel, D. S. & Wessner, C. (2002). The Economics of Science and Technology. The Journal of Technology Transfer. 27(2), 155-203.
- Aziz, N., Friedman, B. A., Bopieva, A., & Keles, I. (2013). Entrepreneurial Motives and Perceived Problems : An Empirical Study of Entrepreneurs in Kyrgyzstan. International Journal of Business. 18(2), 163-176.

- Beauchamp, M. R., Crawford, K. L., & Jackson, B. (2019). Social Cognitive Theory and Physical Activity : Mechanisms of Behavior Change, Critique, and Legacy. *Psychology of Sport and Exercise*, 42, 110-117. doi: 10.1016/j.psychsport.2018.11.009
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses. *Journal of Business Venturing*. 2(1), 79-93.
- Bewayo, E. D. (1995). Uganda Entrepreneurs: Why Are They in Business. *Journal of Small Business Strategy*. 6(1), 67-78.
- Chia, C. C., & Liang, C. (2016). Influence of Creativity and Social Capital on the Entrepreneurial Intention of Tourism Students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. 12(2), 151-168. doi: 10.7341/20161227
- Cochran, W. G. (2007). *Sampling Techniques* (3<sup>rd</sup> ed.). New York : John Wiley & Sons.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-analysis. *Human Performance*. 17(1), 95-117.
- Hair Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7<sup>th</sup> ed). Pearson Education, Upper Saddle River.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 3366. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kumar, D., & Kalyani, B. (2011). Motivational Factors, Entrepreneurship and Education : Study with Reference to Women in SMEs. *Far East Journal of Psychology and Business*. 3(2), 14-35.
- Kelloway, E.K. (2015). *Using Mplus for Structural Equation Modeling : A Researcher's Guide*. CA : SAGE Publications.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3), 607-610.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*. 15(5-6), 411-432.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1995). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Ohio : South-Western Publishers.
- Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting Entrepreneurial Intentions: a Social Cognitive Career Theory Approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 14(1), 67-78. doi: 10.1007/s11365-017-0462-7



- Lim, J. S., Choe, M. J., Zhang, J., & Noh, G. Y. (2020). The Role of Wishful Identification, Emotional Engagement, and Parasocial Relationships in Repeated Viewing of Live-streaming Games: A Social Cognitive Theory Perspective. *Computers in Human Behavior*. 108, 106327.doi: 10.1016/j.chb.2020.106327
- Mandan, M., Hossein, S., & Furuzandeh, A. (2013). Investigating the Impact of Advertising on Customers' Behavioral Intentions: A Case of Agriculture Bank. *Business and Economic Research*. 3(1), 1-20.
- Mohamad, N., Lim, H. E., Yusof, N., & Soon, J. J. (2015). Estimating the Effect of Entrepreneur Education on Graduates' Intention to be Entrepreneurs. *Education+ Training*. 57(8/9), 874-890.
- Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F., & Arora, S. (2021). The Influence of Entrepreneurial Passion in the Relationship between Creativity and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Global Business and Competitiveness*. 16(1), 51-60. doi: 10.1007/s42943-021-00019-7
- Navavongsathian, A., & Rungruang, P. (2020). Entrepreneurial Intention of Students in Higher Education Institutions within the Network of the Upper Central Region of Thailand. *Humanities and Social Sciences Letters*. 8(3), 342-353. DOI: 10.18488/journal.73.2020.83.342.353
- Newman, W. L. (1997). *Social Research Methods*. Boston : Allyn and Bacon.
- Nidapoll. ( 2561) เด็กไทยในยุค ไทยแลนด์ 4.0. ค้นจาก <http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=576>
- Oo, P. P., Sahaym, A., Juasrikul, S., & Lee, S. Y. (2018). The Interplay of Entrepreneurship Education and National Cultures in Entrepreneurial Activity: A Social Cognitive Perspective. *Journal of International Entrepreneurship*. 16(3), 398-420.
- Ramoglou, S., & Tsang, E. W. (2016). A Realist Perspective of Entrepreneurship: Opportunities as Propensities. *Academy of Management Review*. 41(3), 410-434.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G., (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982) The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent., D. Sexton., & K. Vesper, (Eds.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- Sihombing, R., & Rachmawati, E. C. (2015). Understanding Motivational Actors Affecting Entrepreneurial Decision: A Comparison between Bandung Student Entrepreneurs and Student Non Entrepreneurs (Case Study for Bandung Institute of Technology Student). *Journal of Business and Management*. 4(6), 615-622.
- Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and Success Factors of Entrepreneurs : the Evidence from a Developing Country. *Original Scientific Paper*. 28(2), 251-269.

- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2007). A Meta-analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers. *Journal of Small Business Management*. 45(4), 401-421.
- Swierczek, F. W., & Thai, T. H. (2003). Motivation, Entrepreneurship and the Performance of SMEs in Vietnam. *Journal of Enterprising Culture*. 11(1), 47-68.
- Urban, B. (2010). A Gender Perspective on Career Preferences and Entrepreneurial Self-efficacy. *SA. Journal of Human Resource Management*. 8(1), 1-8.
- Uygun, R., & Kasimoglu, M. (2013). The Emergence of Entrepreneurial Intentions in Indigenous Entrepreneurs: The Role of Personal Background on the Antecedents of Intentions. *International Journal of Business and Management*. 8(5), 24-40.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions : Implications for Entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31(3), 387-406.
- Wu, Y. J., Liu, W. J., & Yuan, C. H. (2020). A Mobile-based Barrier-free Service Transportation Platform for People with Disabilities. *Computers in Human Behavior*. 107, 105776. doi: 10.1016/j.chb.2018.11.005
- Yuan, C. H., Wang, D., Mao, C., & Wu, F. (2020). An Empirical Comparison of Graduate Entrepreneurs and Graduate Employees Based on Graduate Entrepreneurship Education and Career Development. *Sustainability*. 12(24), 10563. doi: 10.3390/su122410563