

อิทธิพลของอคติ การรับรู้ความเสี่ยง และอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

IMPACT OF COGNITIVE BIASES, RISK PERCEPTION, AND OBSTACLES PERCEPTION TO CREATIVE ENTREPRENEUR INTENTION OF THE VOCATIONAL STUDENTS IN BANGKOK METROPOLITANT

ประจักษ์ ปฏิทัศน์

Prajuk Pratitas

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Applied Arts,

King Mongkut's University of Technology North Bangkok

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมวิธีครั้งนี้ ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยอคติ การรับรู้ความเสี่ยง และอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหลังจบการศึกษา มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วยตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และตัวแปรอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรทั้ง 4 ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ประมาณร้อยละ 70.60 ซึ่งถือเป็นระดับความสัมพันธ์ที่สูง รูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามถูกเขียนขึ้นเป็นสมการตัวแทนของความสัมพันธ์ได้ ดังนี้ $\hat{y} = 0.234 + 0.519$ รับรู้การควบคุมพฤติกรรม + 0.269 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง + 0.334 เจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ - 0.015 อุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ ธุรกิจสร้างสรรค์ นักศึกษาอาชีวศึกษา

Abstract

This mixed methods of survey research aimed at to study the impact of cognitive bias, risk perception, and obstacles perception to creative entrepreneurship intention of the vocational students in Bangkok Metropolitan, 400 samples were surveyed by questionnaire and In-depth interview were implemented with others 30 key-informant. It was found that most of samples had high intention to be the entrepreneurial after their graduated. There was a high correlation statistically significant at 0.05 levels of 4 dependent variables; behavior control, social norm, attitude toward entrepreneurial, and bias which impact 70.60% to the creative entrepreneur intention of vocational students in Bangkok Metropolitan. Those were created as a model as: $\hat{y} = 0.234 + 0.519 \text{ behavior control} + 0.269 \text{ social norm} + 0.334 \text{ attitude} - 0.015 \text{ bias}$.

Keywords: entrepreneur, creative business, vocational student

บทนำ

การพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์เป็นหัวใจความสำเร็จที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและพึ่งพาตนเองได้ (Ministry of Industry, 2016) ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในด้านการเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และคุณภาพชีวิตของประชาชน (Office of the national economic and social development board, 2016) และยังคงสอดคล้องกับสาระสำคัญในประเด็นการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของโมเดลประเทศไทย 4.0 (Office of the Academic, 2016) เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Kelley, Singer & Herrington, 2016; World Economic Forum, 2016) ของประเทศไทยในอนาคต ทดแทนผู้ประกอบการรายเดิมบางส่วนที่กำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้ายุคโลกาภิวัตน์ของต้นศตวรรษที่ 21 เพราะไม่สามารถปรับรูปแบบการประกอบการของตนให้ตอบสนองความต้องการและ

สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในสังคมโลกใบเล็ก (Global village) แห่งยุคดิจิทัล (Ministry of Digital Economy and Society, 2016)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กำลังกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีพลังในการผลักดันการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของโลก รัฐบาลของประเทศที่เป็นผู้นำในทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลกหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ต่างตื่นตัวในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปรับปรุงนโยบายด้านการศึกษาทุกระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับปริญญาเอก ให้ความสำคัญกับการเรียนการสอนที่สามารถบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ให้เกิดขึ้นในประเทศของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ (UNESCO/UNDP, 2013) ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเริ่มต้นการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับประเทศที่เป็นผู้นำในทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลก ดังกล่าวข้างต้น (Sonmanee, 2016) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยในอนาคตอย่างยั่งยืน

การบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ในประเทศไทยยังต้องเผชิญกับแนวคิดเดิมๆ ของคนบางกลุ่มในสังคมไทย

ซึ่งเป็นแนวคิดที่ไม่เอื้อต่อการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ ได้แก่ การมีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความเสี่ยงและอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น พ่อแม่และผู้ปกครองจำนวนมากยังคงมีค่านิยมการผลักดันลูกให้รับราชการหรือเป็นพนักงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เพราะคำนึงถึงความมั่นคง เกียรติยศ และศักดิ์ศรีในการทำงานมากกว่าการส่งเสริมลูกให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ เพราะเชื่อว่าการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการมีความเสี่ยง ไม่มั่นคง ต้องหาเช่ากินค่ามีเกียรติยศและศักดิ์ศรีไม่มากพอ เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้คนไทยเดิมจำนวนมากขาดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมาจนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาของ Juthavichitr (1998) ศึกษาศักยภาพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ 2551 พบว่า นักศึกษามีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง และมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยเท่านั้น ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Yotonyos & Sukmaungma (2016) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง แต่มีข้อจำกัดของการวิจัยที่เกิดจากตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจและคณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะมีคามสนใจที่จะทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมาตั้งแต่ต้นแล้ว เปรียบเทียบกับผลการศึกษาส่วนหนึ่งของ Pratitas, Srivarom & Visetsri (2013) กลับพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 444 คน ที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ แต่มีเจตคติในระดับดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ เปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ จำนวน 203 คน กลุ่มผู้ใช้บัณฑิต จำนวน 256 คน และกลุ่มศิษย์เก่า จำนวน 158 คน ที่ถูกสำรวจ

พร้อมกับกลุ่มนักศึกษา ในการวิจัยเรื่องเดียวกันที่มีเจตคติในระดับค่อนข้างดีต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบบริบทการดำเนินการวิจัยและผลการวิจัยจากทั้ง 3 เรื่องดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า แม้แต่กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาต่างพื้นที่ต่างสาขาวิชา และต่างสถาบัน ต่างก็มีเจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในระดับที่แตกต่างกัน การส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ในประเทศไทย จึงอาจจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการควบคุมอิทธิพลของปัจจัยด้านอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความเสี่ยงและอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการด้วย นอกจากนี้ผลการวิจัยทั้ง 3 เรื่องดังกล่าวล้วนศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการแยกสาขาวิชาเอกเฉพาะด้านอย่างชัดเจน ซึ่งอาจจะเป็นอีกปัจจัยแทรกซ้อนที่ส่งผลทำให้กลุ่มตัวอย่างพยายามมุ่งหางานที่ตรงกับสาขาวิชาที่ตนจบการศึกษา ก่อนที่จะนึกถึงทางเลือกการเป็นผู้ประกอบการ

การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษาในกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ภาคปกติ เพราะส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ อายุประมาณ 15-18 ปี จัดเป็นประชากรเจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) (Pratitas et al., 2013) ที่มีความสามารถสูงในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่ตนต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้นักศึกษาอาชีวศึกษาเป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารในยุคโลกาภิวัตน์มากกว่าคนรุ่นก่อนๆ จึงอาจจะส่งผลทำให้นักศึกษาอาชีวศึกษายุคปัจจุบันรับรู้มีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความเสี่ยงและอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากคนรุ่นก่อน ประกอบกับการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษาอาจเป็นตรรกะที่คิดว่า พวกเขามีเป้าหมายการเข้าสู่โลกของการทำงานหลังจบการศึกษา มากกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้น เมื่อประเทศไทยต้องการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่และส่งเสริม

ให้เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองสัมฤทธิ์ผลของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล นักศึกษาอาชีวศึกษาจึงน่าจะเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นเหมาะสมที่จะได้รับการบ่มเพาะและส่งเสริมให้เข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) ศึกษาสภาพของอดีต การรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้อุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ศึกษาสภาพความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอดีต การรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้อุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ยิ่งเร่งอุตสาหกรรมการผลิตก็ยิ่งเกิดมลพิษและสารปนเปื้อนในสภาพแวดล้อม อัตราการหมดเปลืองของทรัพยากรธรรมชาติก็มากขึ้น หนังสือเรื่อง “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” ของ Howkins (2001) กระตุ้นความสนใจของรัฐหลายประเทศทั่วโลกให้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทุนทางความคิด (Intellectual capital) เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ฉลาดล้ำ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว เกิดประโยชน์คุ้มค่า สิ้นเปลืองทรัพยากรโลกน้อยลง

ในขณะที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น ซึ่งถูกเรียกว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งมุ่งเน้นการกระตุ้นให้มนุษย์นำความคิดที่ดีและแปลกใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันให้ได้ (Spulber, 2014) โดยการนำวัตถุดิบทางกายภาพที่มีอยู่ในธรรมชาติอย่างจำกัดมาแปรรูปให้เป็นสินค้าและบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือทรัพย์สินทางปัญญาในตัวสินค้าและบริการเหล่านั้น ก่อนที่จะนำส่งไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการดังกล่าว (World Bank Group, 2016)

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ และปรับเปลี่ยนตามรูปแบบของ UNESCO แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก และ 15 สาขาย่อย ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/Biodiversity - Based Heritage) ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1.1) งานฝีมือและหัตถกรรม 1.2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ 1.3) การแพทย์แผนไทย 1.4) อาหารไทย กลุ่มที่ 2 ศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ 2.1) ศิลปะการแสดง 2.2) ทัศนศิลป์ กลุ่มที่ 3 สื่อ (Media) ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ 3.1) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 3.2) การพิมพ์ 3.3) การกระจายเสียง 3.4) ดนตรี และกลุ่มที่ 4 งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ประกอบด้วย 5 กลุ่มย่อย ได้แก่ 4.1) การออกแบบ 4.2) แฟชั่น 4.3) สถาปัตยกรรม 4.4) การโฆษณา 4.5) ซอฟต์แวร์

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยยึดแนวทางการกำหนดองค์ประกอบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย สศช. เป็นหลักในการวิจัยครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed methodology) นำโดยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) คือ การใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เสริมโดยร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และควบคุมคุณภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยเทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangular technique) หน่วยการวิเคราะห์อยู่ในระดับบุคคล

ประชากร คือ นักศึกษาอาชีวศึกษาของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) เฉพาะในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 21 สถานศึกษา ซึ่งในปีการศึกษา 2558 มีนักศึกษารวมกันทั้งสิ้นประมาณ 36,152 คน (Office of college registration, 2016)

กลุ่มตัวอย่างถูกคัดเลือกจากการสุ่มโดยอาศัยหลักทางสถิติ (Statistical sampling) โดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืนจากรายชื่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร 21 แห่ง กำหนดสัดส่วน 4:1 จึงได้รายชื่อสถานศึกษาที่เป็นตัวแทนทั้งสิ้น จำนวน 5 สถานศึกษา เลือกใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) ที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง (Wiratchai, 1999)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และเติมคำในช่องว่าง (Fill in the blank) ประกอบด้วยข้อความที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 เป็นแบบทดสอบว่าผู้ตอบมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับใด ใช้มาตราวัดแบบตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับเจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมตนเอง ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ อกติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความเสี่ยงของการเป็นผู้ประกอบการ และอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 6 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (The Likert format or Likert scale) เพื่อป้องกันการตอบกลางๆ ในช่วงที่ 3 (Kaplan & Saccuzzo, 2005) และส่วนที่ 4 ข้อคำถามปลายเปิด เพื่อผู้ตอบสามารถเสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความตรง (Validity) ประกอบด้วยความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถวัดเนื้อหาเรื่องที่ศึกษาได้อย่างครอบคลุมหรือไม่ โดยใช้ดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญตัดสินค่าน้ำหนักดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ผลการตรวจสอบได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าเครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่ยอมรับได้ (Vanichbuncha, 2002) และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) เพื่อยืนยันว่า เครื่องมือที่สร้างขึ้นสามารถใช้วัดตัวแปรที่ต้องการศึกษาตรงตามโครงสร้างทางทฤษฎีจริง โดยทดสอบค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (Average Variance Extracted หรือ AVE) ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.752-0.904 (Hair et al., 2014) และตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก โดยตรวจสอบค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของแต่ละตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง

0.877 - 0.986 ซึ่งสูงกว่าค่าแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทดสอบกับตัวแปรอื่นๆ จึงถือว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความตรงเชิงโครงสร้างในระดับที่ยอมรับได้ (Fornell & Larcker, 1981)

2. ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นสามารถนำมาใช้ทดสอบซ้ำก็ครั้งก็เชื่อมั่นว่าจะได้ผลการวัดที่ถูกต้อง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try-out) กลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ใช้วิธี Cronbach กับข้อคำถามในระดับ Interval scale ขึ้นไป ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าแอลฟา 0.81 ($\alpha = 0.81$) มากกว่า 0.70 ขึ้นไป ทั้งการทดสอบรายข้อและการทดสอบรวมของข้อคำถามในส่วนที่ 3 ทั้งหมด จึงถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Prasitratthasin, 2012)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) สถิติทดสอบ F, Chi-square test: Cramer's V การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 กำลังศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีรูปแบบการรู้คิดแบบ EST จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับน้อยที่สุดคือ มีคะแนนความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์เพียง 0-2 คะแนนเท่านั้น ซึ่งมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 สอดคล้องกับคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อถูกถามว่า “ก่อนตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ท่านเคยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์มาแล้ว” กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ตอบว่า “ไม่เคย” แม้ว่ากลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 จะทราบว่าประเทศไทยกำหนดขอบเขตธุรกิจสร้างสรรค์ไว้อย่างไร แต่กลับบอกไม่ได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย 15 ประเภท ประกอบด้วยธุรกิจประเภทใดบ้าง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 ไม่สามารถบอกได้ว่า 4 กลุ่มธุรกิจที่ถูกกำหนดเป็นองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจใดบ้าง

สรุปผลการสัมภาษณ์เจาะลึกพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับค่อนข้างมาก เพราะถูกครอบครัวยุติและคนรอบข้างปลูกฝังให้ทำงานเป็นเจ้าคนนายคน คิดว่าทำการค้าต้องมีดวง คำขายเป็นเรื่องของดวง เก่งแค่ไหนถ้าไม่มีดวงก็ไปไม่รอดถ้าไม่มีดวงทางการค้า คิดว่าเรื่องการค้าขายเป็นอาชีพหาเช้ากินค่ำ ไม่มีความมั่นคง บ้างรู้สึกอับอายที่ต้องพยายามเชิญชวนหวานล้อมผู้อื่นให้ซื้อสินค้า และบางส่วนมีความเชื่อตามสุภาษิตว่า สิบพ่อค้า ไม่เท่าหนึ่งพระยาเลี้ยง ส่วนใหญ่รับรู้ว่าตนมีอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับค่อนข้างน้อย คิดว่าตนยังไม่มีประสบการณ์ด้านการค้าขาย ยังเด็กเกินไปไม่รู้จักปรึกษาใคร เพราะขาดแคลนเงินทุน ไม่รู้ว่าจะทำธุรกิจอะไร ทางบ้านไม่สนับสนุน เพื่อนๆ ในกลุ่มไม่มีใครอยากเป็นผู้ประกอบการเลย คิดว่าผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ไม่มีศักดิ์ศรี และเกรงว่าจะขาดทุนหมดเนื้อหมดตัว ส่วนใหญ่มีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับมาก เนื่องจากพวกเขาคิดว่าตนเองสนใจศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการคิดว่าตนเองมีความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ หากเปิดวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือก ท่านจะลงทะเบียนเรียนวิชานี้ เพราะมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่บ้าง หากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ตนจะเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว แต่ก็เชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการมีโอกาสล้มเหลวมากกว่าโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ การทำธุรกิจให้

ประสบความสำเร็จอาจต้องแลกด้วยความล้มเหลวของชีวิตครอบครัว แต่ก็ตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แม้ทราบดีว่ามีความเสี่ยงสูง แม้รู้ดีว่าการเป็นผู้ประกอบการจะมีโอกาสสรวยเท่ากับโอกาสล้มละลาย การทำงานประจำได้รับเงินทุกเดือน มีความมั่นคงมากกว่าการเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวอย่างหลายคนก็เลือกทำงานประจำ เพราะเป็นอาชีพที่มั่นคง แต่บางคนก็ชอบวางแผนและควบคุมกระบวนการทำงานแบบเป็นนายของตัวเอง หลายคนรายงานว่าตนเองรู้สึกเครียดเมื่ออยู่ในสถานการณ์ไม่แน่นอนที่ผ่านควบคุมไม่ได้ ชอบทำงานโดยใส่ใจให้ความสำคัญต่อผลสำเร็จมากกว่าระเบียบขั้นตอน แต่เชื่อว่าการเป็นผู้ประกอบการส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และมีความมั่นใจในตนเองในระดับไม่มากนักที่จะเริ่มต้นกิจการของตนเอง แต่ถ้าสามารถเริ่มต้นกิจการของตนเองได้จะรู้สึกมีความสุขภูมิใจในตนเอง

กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับมาก ความคิดเห็นของกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก มีเป้าหมายสูงสุดในชีวิตคือ การประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ตั้งใจอย่างมุ่งมั่นที่จะต้องมิกิจการเป็นของตนเองให้ได้ จะเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างเพื่อประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการให้ได้ ตั้งใจจะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ จะทำงานประจำและทำอาชีพเสริมเป็นผู้ประกอบการ แม้จะต้องทำงานประจำก็จะทำอาชีพเสริมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในอนาคต

ผลการทดสอบด้วยสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (F-Prob = 0.00) ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง ($r = 0.840$) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ประมาณร้อยละ 70.60 โดยเรียงลำดับความสำคัญของกลุ่มตัวแปรอิสระต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ตัวแปรรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.519 หน่วย 2) ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.269 หน่วย 3) ตัวแปรเจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.334 หน่วย 4) ตัวแปรอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการลดลง 1 คะแนน จะทำให้ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.015 หน่วย โดยสร้างตัวแบบของความสัมพันธ์ได้ดังนี้ $\hat{y} = 0.234 + 0.519$ รับรู้การควบคุมพฤติกรรม + 0.269 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง + 0.334 เจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ - 0.015 อุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ

อภิปรายผล

1. พบร่องรอยความเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปมีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการได้จากการวิเคราะห์คะแนนที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับค่อนข้างไม่เห็นด้วยกับข้อคำถามที่สื่อถึงการมีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ อาจจะเป็นระดับคะแนนที่แสดงให้เห็นพัฒนาการเปลี่ยนแปลงด้านแนวความคิดไปสู่การยอมรับการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น เปรียบเทียบกับแนวคิดที่คนไทยรุ่นก่อนๆ ที่มีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมักจะมีค่านิยมการสั่งสอนลูกหลานให้ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการเหมือนกับที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ยังคงมีความเชื่อเช่นนั้น แต่เมื่อพิจารณาในระดับคะแนนที่กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างไม่เห็นด้วยกับข้อคำถามที่สื่อถึงการมีอคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จึงทำให้เชื่อว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเริ่มมีเจตคติทางบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการมีขึ้นระดับหนึ่งแล้ว ถ้าหากได้รับการส่งเสริมจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง และกลุ่มเพื่อน ร่วมกัน

สร้างค่านิยมในการเข้าสู่อาชีพการเป็นผู้ประกอบการให้มากขึ้น (Ajzen, 1991) ก็จะทำให้คนไทยรุ่นใหม่มีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นอย่างแน่นอน เพราะกลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับมาก (Ajzen & Fishbein, 1975 cited in Albarracín, Johnson & Zanna, 2005) และประเด็นสำคัญที่เป็นหัวใจของความสำเร็จในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้แก่คนไทยรุ่นใหม่ คือ การสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษาทุกระดับ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ นโยบายการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของคณะกรรมการยุโรป กำหนดหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้เรียน จนถึงระดับปริญญาเอก (European Commission/EACEA/Eurydice, 2016) เช่นเดียวกับอีกหลายประเทศที่จัดเป็นประเทศพัฒนาแล้ว เช่น ประเทศสิงคโปร์ (Shome, 2009) ประเทศสหรัฐอเมริกา (The Aspen Institute, 2008) ประเทศญี่ปุ่น (Nakayama, 2016) และประเทศอังกฤษ (The UK quality code for higher education, 2012) และอีกหลายประเทศทั่วโลก (Greene et al., 2015)

2) ตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ตัวแปรเจตคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และตัวแปรอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง ($r = 0.840$) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการประมาณร้อยละ 70.60 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hmieleski & Baron (2008) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนในการเป็นผู้ประกอบการสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ Linan & Chen (2009) พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ Heuer & Linan (2013) เจตคติทางบวกมีความสัมพันธ์กับความ

ตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจ Linan & Rodriguez-Cohard (2015) พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมและการมีเจตคติที่ดีสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาควรกำหนดนโยบายให้สถาบันการศึกษาในกำกับของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาทั้งหมดจัดกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการไว้ในหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน เพื่อตอบสนองความต้องการเรียนรู้ของนักศึกษา ส่งเสริมและกระตุ้นเร้าความสนใจให้นักศึกษาอาชีวศึกษาทุกสาขาวิชาตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น การดำเนินการดังกล่าวข้างต้นอาจช่วยลดปัญหาการขาดแคลนกำลังแรงงานในระดับปฏิบัติการในประเทศไทย เนื่องจากนักศึกษาอาชีวศึกษาจำนวนมากพยายามผลักดันตัวเองให้ศึกษาต่อจนจบการศึกษาระดับปริญญาตรี เพราะต้องการได้รับค่าจ้างที่สูงกว่าวุฒิ ปวช. หรือ ปวส. และอาจจะสามารถเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการ อันเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ระบบเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืนอีกทางหนึ่งด้วย

2. สถาบันการศึกษาระดับอาชีวศึกษาที่ต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการไว้ในหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนควรให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมนักศึกษาอาชีวศึกษาใน 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างนักศึกษาอาชีวศึกษาให้เกิดความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ 2.1) ส่งเสริมนักศึกษาอาชีวศึกษาให้เกิดการรับรู้ว่าเขาสามารถควบคุมพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้ด้วยตัวเอง 2.2) สร้างกลุ่มอ้างอิงในสภาพแวดล้อมทางสังคมภายในสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้นักศึกษาอาชีวศึกษาคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เช่น ครู อาจารย์ กลุ่มเพื่อน เป็นต้น 2.3) จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างเจตคติด้านบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น จัดการประกวดโครงการเขียน

แผนธุรกิจ การออกร้านสาธิต การส่งนักศึกษาไปฝึกงาน ในสถานประกอบการระหว่างภาคเรียน เป็นต้น และ 2.4) ลดอุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการในการรับรู้ ของนักศึกษาอาชีวศึกษา เช่น การให้ความรู้เรื่องแหล่ง เงินทุนเพื่อการประกอบการ วิธีการเข้าถึงแหล่งทุน การเตรียมตัวเพื่อขอกู้เงินมาลงทุนประกอบการ การจัด คลินิกผู้ประกอบการรายใหม่ และการส่งเสริมแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรม (Pongwiritthon & Pakvipas, 2016) เป็นต้น

3. กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีความตั้งใจในระดับมากที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่กลับมีความรู้เกี่ยวกับ

ธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับน้อยที่สุด แสดงให้เห็นถึงความ จำเป็นที่หน่วยงานด้านการศึกษาคือ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และผู้บริหาร ระบบการจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาทุกระดับ จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายการส่งเสริม การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ให้แก่เด็กและ เยาวชนไทย เพื่อตอบสนองการบรรลุเป้าหมายของ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในยุทธศาสตร์การพัฒนายศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และ นวัตกรรม และการตอบสนองนโยบายประเทศไทย 4.0 ด้านการบรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1975). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson & M. P. Zanna (Eds), *The Handbook of Attitudes*. (pp. 173-222), Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Eurydice Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research*, 18(3), 382-388.
- Greene, P. G., Brush, C. G., Eisenman, E. J., Neck, H. M. & Perkins, S. (2015). *Entrepreneurship Education: A Global Consideration from Practice to Policy Around the World*. California: Sage Publications.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarsted, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications.
- Heuer, A. & Liñán, F. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(1), 35-50.
- Hmieleski, K. M. & Baron, R. A. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 57-72.
- Howkins J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.

- Juthavichitr, K. (1998). *Entrepreneurial potential and intention of Nakhon Pathom Rajabhat University students during the economic crisis of 2008*. Nakhon Pathom: Nakhon Pathom Rajabhat University. [in Thai]
- Kaplan, R. M. & Saccuzzo, D. P. (2005). *Psychological testing: principles, applications, and issues*. California: Thomson Wadsworth.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global report*. London: London Business School.
- Linan, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Linan, F. & Rodriguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 28(1), 77-98.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2016). *Thailand digital economy and society development plan*. Bangkok: Ministry of Digital Economy and Society. [in Thai]
- Ministry of Industry. (2016). *Thai industry development strategy 4.0 for 20 years plan*. Bangkok: Ministry of Industry. [in Thai]
- Nakayama, T. (2016). Entrepreneurial intention in Japan: an empirical study on Japan university students. *IASET: International Journal of Business and General Management (IJBGM)*, 5(3), 2319-2267.
- Office of college registration. (2016). *Students enrollment statistic categorized by regions, provinces, and college types*. The office of information and technology. Bangkok: Office of The Vocational Education Commission. [in Thai]
- Office of the Academic. (2016). *Thailand 4.0*. Bangkok: The Secretariat of the House of Representatives. [in Thai]
- Office of the national economic and social development board. (2016). *The 12th National Economic and Social Development Plan 2017-2021*. Bangkok: The Prime Minister's Office All Rights Reserved. [in Thai]
- Pongwiritthong, R. & Pakvipas, P. (2016). Guide for creative agriculture tourism activities development of highland community Mae Rim District, Chiang Mai Province: Rose Farms. *Panyapiwat Journal*, 8(1), 79-90. [in Thai]
- Prasitratthasin, S. (2012). *Research methodology for the Social Science*. Bangkok: Samrada Printing. [in Thai]
- Pratitas, P., Junrachub, N., Sivapatt, S., Treeakanukul, L., Boonrattanamitree, A., Pratitas, N. & Boonta, T. (2013). *The development of democracy and participant political culture for Thai Gen Z population*. Bangkok: The Political Development Council Fund. [in Thai]

- Pratitas, P., Srivarom, N. & Visetsri, V. (2013). *The entrepreneurial competencies appraisal in preparing the students of King Mongkut's University of Technology North Bangkok to enter AEC*. Bangkok: King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Shome, A. (2009). Singapore's state-guide entrepreneurship: a model for transitional economies? *New Zealand Journal of Asian Studies*, 11(1), 318-36.
- Sonmanee, K. (2016). Human resource management amid globalization. *Panyapiwat Journal*, 8(1), 275-287 [in Thai]
- Spulber, D. F. (2014). *The innovative entrepreneur*. New York: Cambridge University Press.
- The Aspen Institute. (2008). *Youth entrepreneurship education in America: a policymaker's action guide*. Washington DC: The Aspen Institute.
- The UK quality code for higher education. (2012). *Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK higher education providers*. UK: The Quality Assurance Agency for Higher Education 2012.
- UNESCO/UNDP. (2013). *Creative Economy Report 2013: widening local development pathways*. New York: United Nations.
- Vanichbuncha, K. (2002). *Data analysis by SPSS for Windows*. Bangkok: Thamasarn Press. [in Thai]
- Wiratchai, N. (1999). *LISREL model statistical analysis for research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- World Bank Group. (2016). *Global economic prospects spillovers amid weak growth*. Washington, DC. The World Bank.
- World Economic Forum. (2016). *White paper: Factors for enabling the creative economy*. Switzerland: World Economic Forum.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper & Row.
- Yotongyos, M. & Sukmaungma, S. (2016). Factors affecting entrepreneurial intention of undergraduate students: a case study of Bangkok University. *Suthiparithat Journal*, 20(95), 103-115. [in Thai]



Name and Surname: Prajuk Pratitas

Highest Education: Ph.D. (Industrial and Organizational Psychology),
Ramkhamhaeng University

University or Agency: King Mongkut's University of Technology
North Bangkok

Field of Expertise: Industrial and Organizational psychology

Address: 1518 Pracharat 1 Rd., Wongsawang, Bangsue, Bangkok 10800