



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ
ในภาคใต้ของประเทศไทย

**Factors Influencing New Entrepreneurship: A Case Study of Business
Administration Students in the South of Thailand**

พิมพิกา พูลสวัสดิ์

Pimpika Poolsawat

วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Thesis Submitted in Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Doctor of Philosophy in Management
Prince of Songkla University**

2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ
ในภาคใต้ของประเทศไทย

**Factors Influencing New Entrepreneurship: A Case Study of Business
Administration Students in the South of Thailand**

พิมพิกา พูลสวัสดิ์

Pimpika Poolsawat

วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษิตตามหลักสูตรปริญญา
ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Thesis Submitted in Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Doctor of Philosophy in Management
Prince of Songkla University**

2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ
ในภาคใต้ของประเทศไทย
ผู้เขียน นางสาวพิมพ์พิภา พูลสวัสดิ์
สาขาวิชา การจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร. ครุณีกร สุป็นดี)

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธินี ฤกษ์จำ)

.....กรรมการ
(ดร. ครุณีกร สุป็นดี)

.....กรรมการ
(ดร. อิศรภักดิ์ รินไชสง)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุพงษ์ โปธิพิรุพห์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับ
การศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ ฟ้ารุ่งสง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(3)

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ

(ดร.ดรณิกร สุป็นดี)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ

(นางสาวพิมพ์ภา พูลสวัสดิ์)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ

(นางสาวพิมพ์กา พูลสวัสดิ์)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย
ผู้เขียน	นางสาวพิมพ์พิภา พูลสวัสดิ์
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ 2) เพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ การออกแบบการวิจัยเป็นการศึกษาแบบผสมผสานวิธี โดยใช้รูปแบบขั้นตอนเชิงอิสระ ซึ่งดำเนินการศึกษา 2 ระยะคือ ระยะแรก ดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการก่อนการสำเร็จการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจที่กำลังศึกษาในระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 824 ตัวอย่าง และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และระยะที่สอง ดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังสำเร็จการศึกษา 6 เดือน ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงไปยังผู้ที่ตอบแบบสอบถามในระยะแรกที่มีค่าเฉลี่ยความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงมาก โดยจากการสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัวทำให้มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 17 คน และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์โดยวิธีปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $\chi^2/df = 4.489$, RMSEA = 0.067, CFI = 0.918, SRMR = 0.047 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.324 0.237 และ 0.171 ตามลำดับ นอกจากนี้ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านทัศนคติต่อการเป็น

ผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง เท่ากับ 0.184 และ 0.130 ตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีมุมมองว่า ผู้ประกอบการมีข้อดี เป็นอาชีพที่มีอิสระ สามารถสร้างรายได้ ฐานะที่มั่นคงได้ จึงเกิดความสนใจ และมีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้สามารถช่วยผลักดันให้บุคคลมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ทำให้เริ่มต้นดำเนินการทำธุรกิจได้คือ ด้านเงินทุน และประสบการณ์ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการช่วยส่งเสริม สนับสนุนเงินทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจของนักศึกษาจบใหม่ การฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติให้ผู้สำเร็จการศึกษา เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเริ่มลงมือทำธุรกิจ ก่อให้เกิดจำนวนผู้ประกอบการใหม่ที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาได้

Thesis Title	Factors Influencing New Entrepreneurship: A Case Study of Business Administration Students in the South of Thailand
Author	Miss Pimpika Poolsawat
Major Program	Management
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objectives of this study were to 1) examine factors influencing entrepreneurial intention, such as attitude towards entrepreneurship, subjective norm, perceived behavior control, psychological capital, and risk-taking propensity and 2) explain reasons of new entrepreneurship. This study employed mixed-method study using a sequential-independent design for data collection. The first phase involved the investigation of quantitative data to examine the effects on pre-graduation entrepreneurial intention. The participants included 824 final-year students in the bachelor and the high vocational certificate of Business Administration program in southern region of Thailand. The data were collected from questionnaires using confirmatory analysis and structural equation modeling analysis. The second phase examined qualitative data to explain the causal factors that promoted the behavioral emergence of new entrepreneurs after six months of graduation using semi-structured interviews. Purposive sampling was implemented on the first-phase questionnaire respondents to select those with extremely high mean scores on entrepreneurial intention. Seventeen participants were interviewed until data saturation and the acquired interview data were analysed using an interpretative phenomenological analysis.

Results of quantitative data collection revealed that the structural equation model was consistent with the empirical data: $\chi^2/df = 4.489$, RMSEA = 0.067, CFI = 0.918, SRMR = 0.047. The factors that had direct and positive influence on entrepreneurial intention were attitude towards entrepreneurship, psychological capital, and subjective norm with the coefficient values of 0.324, 0.237, and 0.171, respectively. Furthermore, psychological capital and risk-taking propensity had an indirect influence on entrepreneurial intention through attitude towards entrepreneurship as a mediator with coefficient values of 0.184 and 0.130, respectively. The qualitative data analysis revealed that respondents had a positive attitude towards entrepreneurship

in terms of being a new entrepreneur is attractive due to its favorable outcomes, career freedom, and stable incomes. In addition, factors that motivated students to start their businesses are financial support and prior experience. Therefore, government offices and relating parties should offer financial supports in starting businesses for new graduates with training and workshops in enhancing their confident in kicking off new businesses, resulting in an increase in the number of new entrepreneurs that may improve the economy in developing countries.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้สนับสนุนทุนการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผู้สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ ปีงบประมาณ 2562

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ดรณิศร สุป็นดี เป็นผู้ที่ให้ความเมตตาและกรุณาเป็นอย่างมาก ให้คำแนะนำ ทุ่มเวลาให้คำปรึกษา ช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่อย่างดียิ่ง และให้กำลังใจเสมอมา จนทำให้สามารถพัฒนาวิทยานิพนธ์จนสำเร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งอย่างสูงสุดและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์ขำ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.อิศรัฎฐ์ รินโรสง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุพงษ์ โปธิพิรุพท์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้อันมีค่าอย่างยิ่ง ตลอดจนให้ความช่วยเหลือคำแนะนำในทุกด้าน ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้คำแนะนำในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยระลึกในพระคุณและขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในการประสานงานต่าง ๆ และขอขอบพระคุณผู้ที่ได้เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามและให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ ทำให้ได้ข้อมูลวิจัยที่เป็นประโยชน์อย่างมาก

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณแม่พิมพ์พันธ์ พูลสวัสดิ์ คุณพ่อเจริญ พูลสวัสดิ์ คุณปารมี พูลสวัสดิ์ คุณตรีช พูลสวัสดิ์ และคุณพัชรพลย์ ใจสมุทร ซึ่งคอยสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ขอขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ เพื่อน ๆ และกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความห่วงใย จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พิมพ์ิกา พูลสวัสดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(9)
สารบัญ.....	(10)
รายการตาราง.....	(14)
รายการภาพประกอบ.....	(19)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	7
1.5.1 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ.....	7
1.5.2 ประโยชน์ทางการนำไปปฏิบัติ.....	8
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	8
1.6.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	9
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ.....	11
2.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ.....	11
2.1.2 วิวัฒนาการของแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ.....	12
2.1.3 สถานการณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย.....	13
2.1.4 การเป็นผู้ประกอบการใหม่.....	14
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ.....	19
2.2.1 โมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ.....	20
2.2.2 ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล.....	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน	22
2.2.4 สรุปทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการใหม่.....	26
2.2.5 บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ	42
2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน.....	52
2.3.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่	52
2.4 การพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย.....	74
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	77
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	77
3.2 ช่วงที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	80
3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง	80
3.2.2 เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	82
3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	87
3.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	89
3.3 ช่วงที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ	93
3.3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง	93
3.3.2 เครื่องมือในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและข้อมูล.....	94
3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	95
3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	96
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	98
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	98
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	101
4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	101
4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางด้านตัวแปร.....	102
4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน.....	108
4.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ.....	108

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.2.2 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปร ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	112
4.2.3 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปร การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ.....	115
4.2.4 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปร การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม.....	119
4.2.5 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปร ทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก	123
4.2.6 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปร แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....	128
4.2.7 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัว ...	132
4.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย.....	136
4.3.1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง	136
4.3.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	137
4.3.3 การปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์	140
4.3.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการ	142
4.4 ผลการปรับโมเดลสมการ โครงสร้างให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในบริบทที่กำลังศึกษา	144
4.4.1 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบยืนยันของการปรับโมเดลใหม่	145
4.4.2 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัว ของการปรับโมเดลใหม่	162
4.4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับโมเดลใหม่	165
4.4.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่.....	166
4.4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่	169

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	171
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่	174
4.5.1 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ	174
4.5.2 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ.....	177
4.5.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม.....	179
4.5.4 ทุนทางจิตวิทยาต้านบวก	182
4.5.5 องค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง	184
4.5.6 องค์ประกอบของปัจจัยอื่น ๆ.....	186
4.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ.....	188
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	193
5.1 สรุปผลการวิจัย	194
5.1.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	194
5.1.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	195
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	197
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	206
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้	206
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	212
บรรณานุกรม	213
ภาคผนวก ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์	229
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์	231
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแนวหัวข้อการสัมภาษณ์	239
ภาคผนวก ง ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล	260
ประวัติผู้เขียน	275

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
2.1	พฤติกรรมกาารเป็นผู้ประกอบการใหม่17
2.2	สังเคราะห์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ28
2.3	สังเคราะห์ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ32
2.4	สังเคราะห์การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ36
2.5	สังเคราะห์การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม40
2.6	สังเคราะห์ทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก.....46
2.7	สังเคราะห์แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....50
2.8	การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน52
2.9	การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ60
2.10	การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกและ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่.....68
3.1	สถิติข้อมูลนักศึกษาด้ำนบริหารธุรกิจในภาคใต้.....81
3.2	การสุ่มตัวอย่าง.....82
3.3	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....86
3.4	การเก็บข้อมูลในแต่ละมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษา.....88
3.5	ผลการเก็บข้อมูลในแต่ละสถาบันการศึกษา.....88
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์101
4.2	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ.....102
4.3	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ103
4.4	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ.....104
4.5	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม....105
4.6	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก106
4.7	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้ำนตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....107
4.8	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ109
4.9	ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์109

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.10 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการให้มีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	110
4.11 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ	110
4.12 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ.....	112
4.13 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็น ผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์	113
4.14 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	114
4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ	116
4.16 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	116
4.17 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญให้มีความสอดคล้องกลมกลืน กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	117
4.18 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ.....	117
4.19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม.....	119
4.20 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถ ในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	120
4.21 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	120
4.22 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถ ในการควบคุมพฤติกรรม	121
4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก.....	123
4.24 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	124
4.25 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกให้มีความสอดคล้องกลมกลืน กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	124
4.26 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก.....	125
4.27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง	128

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.28 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปร แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	129
4.29 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงให้มีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	129
4.30 ผลการตรวจสอบความตรงของ โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....	130
4.31 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์.....	132
4.32 ผลการตรวจสอบความตรงของ โมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัว.....	133
4.33 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง	136
4.34 ผลตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี HTMT.....	137
4.35 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์.....	138
4.36 การปรับ โมเดลสมการ โครงสร้างให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์...140	
4.37 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ...142	
4.38 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ การปรับ โมเดลใหม่.....	145
4.39 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่	146
4.40 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการให้มีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	146
4.41 ผลการตรวจสอบความตรงของ โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ของการปรับ โมเดลใหม่.....	147
4.42 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ของการปรับ โมเดลใหม่.....	149
4.43 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็น ผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่	149

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.44 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ของการปรับโมเดลใหม่.....	150
4.45 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ของการปรับโมเดลใหม่.....	152
4.46 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	152
4.47 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ของการปรับโมเดลใหม่.....	153
4.48 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ของการปรับโมเดลใหม่.....	155
4.49 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	155
4.50 การปรับโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	156
4.51 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ของการปรับโมเดลใหม่.....	156
4.52 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ของการปรับโมเดลใหม่.....	159
4.53 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	159
4.54 การปรับโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	160
4.55 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ของการปรับโมเดลใหม่.....	160
4.56 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัว กับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่.....	162

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.57 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้ กับตัวแปรแฝงทุกตัวของการปรับโมเดลใหม่.....	163
4.58 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับโมเดลใหม่	165
4.59 ผลตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี HTMT ของการปรับโมเดลใหม่	166
4.60 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัว กับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่	166
4.61 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่.....	169
4.62 พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	171
4.63 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล.....	173
4.64 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	189

รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
2.1	จำนวนผู้ประกอบการแบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย.....	13
2.2	ลักษณะของผู้ประกอบการตามระยะของธุรกิจ	15
2.3	โมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ	20
2.4	กรอบแนวคิดทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล.....	22
2.5	กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน	23
2.6	ความเชื่อต่อทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.....	24
2.7	องค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ.....	31
2.8	องค์ประกอบของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	34
2.9	องค์ประกอบของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ.....	38
2.10	องค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม.....	42
2.11	องค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาด้านบวก	48
2.12	องค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....	51
2.13	กรอบแนวคิดการวิจัย	76
3.1	การออกแบบการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่.....	79
4.1	โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ	111
4.2	โมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	115
4.3	โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ	118
4.4	โมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	122
4.5	โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก.....	127
4.6	โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง.....	131
4.7	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดทุกตัวแปร.....	135
4.8	โมเดลสมการ โครงสร้างก่อนการปรับโมเดล.....	139
4.9	โมเดลสมการ โครงสร้างหลังการปรับโมเดล	141
4.10	โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่	148
4.11	โมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่.....	151
4.12	โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับ โมเดลใหม่	154
4.13	โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของการปรับ โมเดลใหม่.....	158

รายการภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ		หน้า
4.14	โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงของการปรับโมเดลใหม่	161
4.15	ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดทุกตัวแปร ของการปรับโมเดลใหม่	164
4.16	โมเดลสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของการปรับโมเดลใหม่	168

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในปัจจัยการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ที่ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ (Lazear, 2005; Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1998) การเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญในการทำให้เกิดการจ้างงาน และส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการเจริญเติบโตของประเทศ (Liñán, Rodríguez-Cohard, & Rueda-Cantuche, 2011; Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, & Zarafshani, 2012; Naudé, 2009) และยังพบว่าจำนวนผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Wennekers & Thurik, 1999) โดยในประเทศกำลังพัฒนานั้นผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวได้ (Acs & Virgrill, 2010; Desai, 2011) ซึ่งในปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการทำให้เกิดการสร้างงาน ส่งผลให้สามารถบรรเทาปัญหาความยากจน โดยทำให้มีมาตรฐานชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นร้อยละ 90 ของการจ้างงานในประเทศกำลังพัฒนา (World Bank, 2018)

สถานการณ์การเป็นผู้ประกอบการของโลกพบว่า การเป็นผู้ประกอบการได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน เพราะแต่ละประเทศได้ให้ความสำคัญถึงความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยการพิจารณาจากดัชนีชี้วัดสังคมความเป็นผู้ประกอบการ (Global entrepreneurship index: GEI) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ โดยรายงานผลการพิจารณาศักยภาพของผู้ประกอบการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ในปี 2017 ประเทศไทยนั้นได้รับการจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพโดยอยู่ในอันดับที่ 65 ของโลก จากจำนวน 137 ประเทศ และอยู่ในอันดับที่ 12 ของเอเชียแปซิฟิก เมื่อพิจารณาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 22.6 และการสร้างธุรกิจใหม่เกิดขึ้นร้อยละ 12.6 (Acs, Szerb, & Lloyd, 2017)

สำหรับประเทศไทยพบว่า ในปี 2555 มีผู้ประกอบการจำนวน 2.78 ล้านราย ต่อมาในปี 2559 มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็น 3.01 ล้านราย ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจากมูลค่า 12.35 ล้านล้านบาท เป็น 14.37 ล้านล้านบาท (สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการในประเทศไทยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นทางเศรษฐกิจได้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross domestic product: GDP) พบว่าในปี 2560 มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวเมื่อเทียบกับปี 2559 แต่เป็นการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ต่ำกว่าศักยภาพของระบบเศรษฐกิจที่สามารถทำได้ จึงทำให้รัฐบาลมีนโยบายที่ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน โดยได้ระบุไว้ในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ให้มีการส่งเสริมการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้วยการกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอุดมศึกษาและสายอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) รวมถึงนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งได้มีเป้าหมายในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการจึงเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ จากดัชนีชี้วัดสังคมความเป็นผู้ประกอบการ และจำนวนผู้ประกอบการของประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้เห็นว่าประเทศไทยควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาในด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการในแต่ละภาคของประเทศไทย ในปี 2555–2559 พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) จากการที่พบว่า ภาคใต้มีจำนวนผู้ประกอบการอยู่ในอันดับรองสุดท้าย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งประเทศ รวมถึงมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในอันดับก่อนสุดท้ายเช่นกัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) แต่เมื่อได้พิจารณาถึงปัจจัยที่สนับสนุนในการเป็นผู้ประกอบการในภาคใต้ ทำให้เห็นว่าภาคใต้มีโอกาสในการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ เพราะมีปัจจัยสนับสนุนด้านทำเลที่ตั้งที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามสามารถดึงดูดผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 1 ของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 23 ของผู้มาเยือนในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งจะทำให้เกิดโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการในภาคใต้ จึงควรมี

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่เพื่อใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนให้มีจำนวนผู้ประกอบการใหม่ในภาคใต้ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) ของ Ajzen (1991) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude towards the behavior) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norms) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavior control) ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention) ซึ่งสามารถใช้ทำนายถึงพฤติกรรมได้ (Behavior) และ Krueger, Reilly, and Carsrud (2000) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะกระทำเป็นตัวแปรที่ใช้ทำนายพฤติกรรมได้ดีที่สุด โดยการเป็นผู้ประกอบการใหม่เป็นพฤติกรรมที่สามารถพิจารณาและทำนายได้จากความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Ngugi, Gakure, Waithaka, & Kiwara, 2012) ทั้งนี้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้รับการสนับสนุนในการใช้เพื่อทำนายการเป็นผู้ประกอบการทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว (Iakovleva, Kolvereid, & Stephan, 2011)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาเป็นทฤษฎีฐานรากของกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผลของการศึกษาส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกัน ด้วยการสนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถใช้เพื่ออธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ (Alexander & Honig, 2016; Gird & Bagraim, 2008; Kim-Soon, Abd Rahman, & Nurul Nadia, 2016) โดยแต่ละงานวิจัยมีขนาดอิทธิพลและลำดับของปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาโดยส่วนใหญ่พบถึงปัจจัยของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Dohse & Walter, 2010; Leroy, Maes, Sels, Debrulle, & Meuleman, 2009; Santos, Roomi, & Liñán, 2016; Wu & Wu, 2008; Zapkau, Schwens, Steinmetz, & Kabst, 2015) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Kautonen, Van Gelderen, & Fink, 2015; Leffel & Darling, 2009; Mueller, 2011) และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Alexander & Honig, 2016; Chowdhury, Shamsudin, & Ismail, 2012; Zapkau et al., 2015)

นอกจากปัจจัยอ้างอิงในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน นักวิจัยหลายท่านได้พบว่าบุคลิกภาพ (Personality) สามารถใช้อธิบายถึงพฤติกรรมได้เช่นกัน (Ajzen, 2005; Chell, 2008; Schlaegel & Koenig, 2014) สำหรับบุคลิกภาพซึ่งเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่พบว่าเป็นส่วนสำคัญ

ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Altınay, Madanoğlu, Daniele, & Lashley, 2012; Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Razavi & Aziz, 2017; Singh, Verma, & Rao, 2016) ทูทางจิตวิทยาด้านบวก (Contreras, Dreu, & Espinosa, 2017; Hlatywayo, Marange, & Chinyamurindi, 2017; Jin, 2017; Yousaf, Hizam-Hanafiah, & Usman, 2015) บุคลิกทางจิตวิทยา (Ferreira, Raposo, Rodrigues, Dinis, & Paço, 2012; Kusmintarti, Thoyib, Ashar, & Maskie, 2014) เป็นต้น ซึ่งงานส่วนใหญ่ที่ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้สนับสนุนว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Luthje & Franke, 2003) เพราะผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้าในสถานการณ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดความไม่แน่นอนได้ทั้งในด้านกระบวนการทำงาน รวมถึงความเสี่ยงในด้านผลตอบแทน (Baron, 1998) โดยม้งานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาปัจจัยแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงร่วมกับปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ (Awang, Amran, Nor, Ibrahim, & Razali, 2016; Dohse & Walter, 2010; Fini, Grimaldi, Marzocchi, & Sobrero, 2012; Razavi & Aziz, 2017; Singh et al., 2016; Wu, 2009; Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010)

นอกจากนี้ยังพบการศึกษาปัจจัยด้านทูทางจิตวิทยาด้านบวก (Positive psychological capital) ซึ่งถือว่าเป็นบุคลิกภาพที่สามารถพัฒนาและส่งอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมได้ (Contreras et al., 2017; Drnovšek, Patel, & Cardon, 2012; Luthans, 2002; Luthans & Youssef-Morgan, 2017; Newman, Ucbasaran, Zhu, & Hirst, 2014) โดยพบว่า ทูทางจิตวิทยาด้านบวกมีความสัมพันธ์ทางบวก และสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ (Contreras et al., 2017; Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017; Yousaf et al., 2015)

สำหรับบุคลิกภาพเป็นตัวแปรระยะไกล (Distal variable) ที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Obschonka, Silbereisen, & Schmitt-Rodermund, 2010) จึงทำให้ในการศึกษาถึงทูทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงซึ่งเป็นบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ (Chell, 2008) ในการทำนายถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่นั้นจะต้องศึกษาถึงความสามารถในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Krueger, 2003) และยังพบอีกว่าบุคลิกภาพนั้นสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการผ่านตัวแปรด้านทัศนคติซึ่งเป็นแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรม (Krueger et al., 2000) จึงทำให้ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นตัว

แปรคั่นกลางในการศึกษาถึงทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งเป็นบุคลิกภาพของผู้ประกอบการในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำนายถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่

เมื่อผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการใหม่จึงพบว่า งานวิจัยในต่างประเทศส่วนใหญ่จะศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้ทำนายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ด้วยกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Schlaegel & Koenig, 2014) และมีการศึกษาอยู่จำนวนน้อยที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการหลังจากที่ได้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Hulsink & Rauch, 2010; Kautonen, Van Gelderen, & Tornikoski, 2013; Kautonen et al., 2015) โดยมีหลายงานวิจัยที่มีข้อเสนอแนะในการศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการที่ควรศึกษาถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงหลังจากที่ได้ทำนายด้วยความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการได้มากขึ้น (Alexander & Honig, 2016; Carr & Sequeira, 2007; Zapkau et al., 2015) ส่วนงานวิจัยที่ได้ศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยพบว่า มีเพียงงานวิจัยจำนวนหนึ่ง (ประจักษ์ ปภุทศน์, 2560; พรทิพย์ ม่วงมี, คุษฎี โยเหลา และภิญญาพันธ์ ร่วมชาติ, 2555; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขเมืองมา, 2559) ที่ได้ทำการศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้ทำนายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ด้วยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

เมื่อพิจารณาถึงช่องว่างจากการศึกษางานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศพบว่า มีงานวิจัยอยู่จำนวนน้อยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมควบคู่ไปกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Hlattywayo et al., 2017) และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Awang et al., 2016; Dohse & Walter, 2010; Fini et al., 2012) เพื่อทำนายอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีการศึกษาตัวแปรคั่นกลางตามงานวิจัยล่าสุด อย่างเช่น Awang et al. (2016) และ Singh et al. (2016) รวมถึง Zhang and Cain (2017) ที่ใช้ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในการอธิบายกระบวนการส่งผ่านจากแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงและทุนทางจิตวิทยาด้านบวกมายังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในการนี้การศึกษาการส่งผ่านตัวแปรคั่นกลางของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้สามารถอธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และยังมียงานวิจัยอยู่จำนวนไม่มากที่ศึกษาปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบ

ความเสี่ยงในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Awang et al., 2016; Singh et al., 2016; Zhang & Cain, 2017) ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงนำมาสู่การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยดำเนินการศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยกับนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาในด้านบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรี และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ศึกษา ซึ่งกำลังจะเป็นผู้ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต โดยใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสานวิธี (Mixed method) ในรูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ (Sequential-independent design) ด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูล 2 ระยะคือ ระยะแรกเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งศึกษาในช่วงก่อนสำเร็จการศึกษา สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการทำนายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ระยะที่สองเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์กับผู้ที่มีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการใหม่ หลังจากสำเร็จการศึกษา 6 เดือน ซึ่งทำให้สามารถนำข้อมูลที่ได้ออกจากการศึกษาไปใช้เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้มากขึ้น โดยผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางการพัฒนาสนับสนุนส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศให้สามารถขยายตัวได้ตามที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายของรัฐบาล เพื่อการพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโตได้

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่

1.2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทูทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

1.3.2 เพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่

1.4 สมมติฐานการวิจัย

H_1 ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H_2 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H_3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H_4 ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H_5 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H_6 ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

H_7 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1.5.1 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

1) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยการศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ร่วมกับปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ ทู

ทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเลื่อง ซึ่งทำให้ทราบถึงความสามารถ และลำดับในการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำนายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ รวมถึงการยืนยันความเป็นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการสามารถใช้ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ในบริบทของนักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย

2) ทำให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถอธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้มีความละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น และสามารถสร้างความเข้าใจปัจจัยที่นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้จริง

1.5.2 ประโยชน์ทางด้านการนำไปปฏิบัติ

1) ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์แก่นักศึกษาบริหารธุรกิจในระดับปริญญาตรีและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ทำให้สามารถทราบถึงโอกาส และสิ่งที่ควรพัฒนาในการนำไปสู่เป็นผู้ประกอบการใหม่ได้

2) ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์แก่มหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนโยบายการศึกษาทั้งในระดับหลักสูตร ระดับคณะ และระดับมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนและพัฒนาให้นักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่

3) ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์แก่หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ในการส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการใช้ดำเนินกิจกรรมและโครงการ เพื่อใช้ในการพัฒนาให้มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มมากขึ้น

1.6 ขอบเขตการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้มีลักษณะการศึกษาแบบผสมผสานวิธี โดยใช้รูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

โดยดำเนินการศึกษา 2 ระยะ ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาในแต่ละระยะดังนี้

1) ระยะที่ 1 เป็นการศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ: การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยการศึกษาปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการก่อนการสำเร็จการศึกษา

2) ระยะที่ 2 เป็นการศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการใหม่: การศึกษาถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถใช้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังสำเร็จการศึกษา 6 เดือน เพื่อให้สามารถอธิบายถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้มากขึ้น

1.6.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

ประชากรคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏและวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี โดยเป็นนักศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต จำนวน 2,153 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560) และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีสุดท้ายที่ศึกษาด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 1,129 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2560) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัย 410 ตัวอย่าง และนักศึกษามหาวิทยาลัยอาชีวศึกษา 410 ตัวอย่าง รวมจำนวน 820 ตัวอย่าง ด้วยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา

2) ระยะที่ 2 ศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประชากรคือ ผู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในระยะที่ 1 ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 12 คนขึ้นไป จนได้รับข้อมูลที่มีความอิ่มตัว และการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 การเป็นผู้ประกอบการใหม่ (New entrepreneurship) หมายถึง การที่บุคคลมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น การใช้เวลาใน

การคิดวางแผนจัดตั้งธุรกิจ มีการเตรียมแผนธุรกิจ มีการตั้งชื่อธุรกิจ มีการจดทะเบียนธุรกิจ มีการจัดตั้งองค์กร การหาโอกาสทางการตลาด มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง การติดต่อกับลูกค้า เป้าหมาย ลงทุนทางการเงินในธุรกิจด้วยเงินของตนเอง มีการติดต่อกับสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ มีการเตรียมพร้อมในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การดำเนินกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด มีการจ้างงาน มีการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นต้น (Davidsson & Honig, 2003; Kautonen et al., 2015; Rauch & Hulsink, 2015)

1.7.2 ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) หมายถึง การที่บุคคลมีความพยายามและความมุ่งมั่นที่จะมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009; Solesvik, 2013)

1.7.3 ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship) หมายถึง ระดับความคิดเห็นส่วนบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึก ความชอบ ซึ่งทำให้เกิดความดึงดูดใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ และมีการพิจารณาประเมินผลต่อการเป็นผู้ประกอบการว่ามีข้อดี (Iakovleva et al., 2011; Liñán & Chen, 2009)

1.7.4 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) หมายถึง การรับรู้แรงกดดันจากสังคม โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมชั้น ที่จะเห็นด้วยต่อการเป็นผู้ประกอบการ จึงทำให้มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009)

1.7.5 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) หมายถึง การรับรู้ความง่ายหรือความยากในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมให้เกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009)

1.7.6 ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Positive psychological capital) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความหวังจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่จะทำธุรกิจใหม่ได้ ซึ่งสามารถมองเห็นถึงการทำธุรกิจใหม่ได้ประสบความสำเร็จ มีการเตรียมพร้อมต่อการทำธุรกิจใหม่ในหลายวิธี มีเป้าหมายที่จะทำให้อุบัติการณ์เกิดความสำเร็จมีการมองโลกในแง่ดีในการทำธุรกิจจะมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นเสมอ มีความรู้สึกยึดหยุ่น ไม่มีความเครียด หรือไม่รู้สึกถึงความยากในการจัดการธุรกิจ และการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการเริ่มธุรกิจใหม่ในด้านความสามารถในการพัฒนาธุรกิจใหม่ การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น (Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007)

1.7.7 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความชอบในความเสี่ยง มีความกล้าได้กล้าเสียในการลงทุนทั้งที่ไม่ทราบถึงผลตอบแทนที่แน่นอน สามารถที่จะลงทุนทำธุรกิจได้ถึงแม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน และมีความกล้าที่จะลองทำอะไรใหม่ ๆ (Bolton & Lane, 2012; Luthje & Franke, 2003)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางการจัดการ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์และสังคมวิทยา รวมถึงเศรษฐศาสตร์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการใหม่ แล้วนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ซึ่งสามารถพิจารณาได้ดังนี้ (1) แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (2) ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ (3) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน (4) การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

2.1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ความหมายหรือนิยามของคำว่าผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความ โดยสามารถพิจารณาได้ดังนี้

Wennekers and Thurik (1999) กล่าวว่าผู้ประกอบการหมายถึง ผู้ที่มีความสามารถและมีความตั้งใจในการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยการพิจารณาถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจากการนำผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเข้าสู่ตลาด ซึ่งเผชิญกับความไม่แน่นอนและอุปสรรคต่าง ๆ จากการทำธุรกิจ รวมถึงจะต้องเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจ

Shane and Venkataraman (2000) ได้ให้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่ก่อตั้งองค์กรใหม่ เพื่อดำเนินธุรกิจจากการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นกำไร

Dollinger (2008) ได้คำจำกัดความของผู้ประกอบการว่า ผู้ที่สามารถใช้ทรัพยากรในการสร้างธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร และสามารถยอมรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนได้

Drucker (2014) อธิบายผู้ประกอบการคือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่แสวงหาโอกาส และสามารถเผชิญกับความเสี่ยงจากการตัดสินใจได้

Kuratko (2017) กล่าวถึง ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สามารถรับรู้แล้วใช้โอกาสนั้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้ทรัพยากรเพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ และต้องสามารถยอมรับความเสี่ยงจากความล้มเหลวได้

สุชาติ ไตรภพสกุล และสหัทยา ชูชาติพงษ์ (2557) กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการคือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้สร้างธุรกิจ และต้องเผชิญกับความเสี่ยง ความไม่

แน่นอนที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ โดยการเป็นผู้ประกอบการมีความมุ่งหวังกำไร และความเติบโตในการทำธุรกิจ

สามารถกล่าวสรุปความหมายของผู้ประกอบการได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ประกอบธุรกิจ โดยการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้เกิดการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการแลกเปลี่ยนระหว่างตลาดปัจจัยการผลิตกับตลาดสินค้าและบริการซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นกำไร และผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต

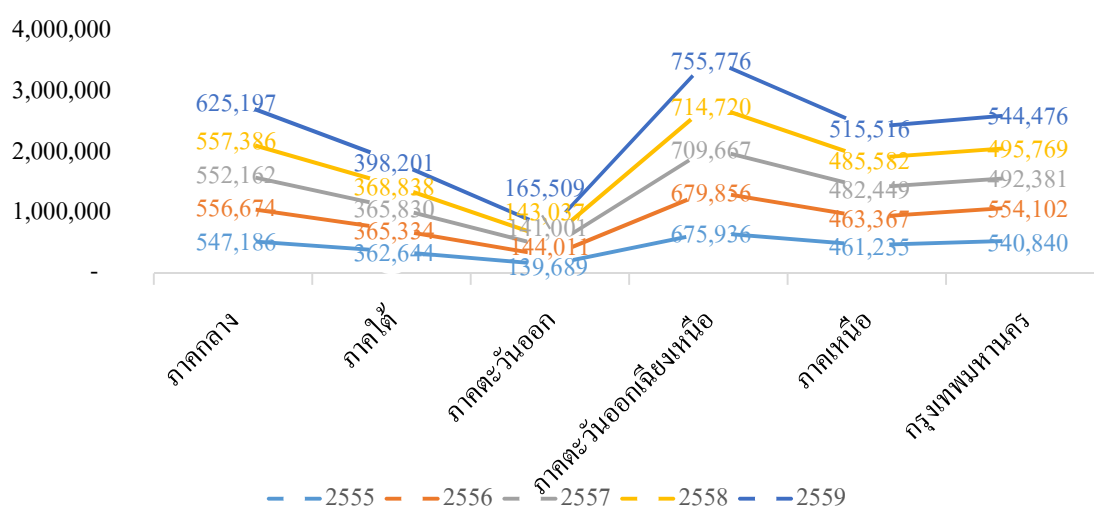
2.1.2 วิวัฒนาการของแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มาจากศาสตร์ทางด้านเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก โดยกล่าวถึง ปัจจัยการผลิต (Factors of production) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ ที่ดิน (Land) ทุน (Capital) แรงงาน (Labor) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มีนักเศรษฐศาสตร์ Karl Mark ได้ให้แนวคิดถึงผู้ประกอบการนั้นเป็นตัวแทนของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และนักเศรษฐศาสตร์ Joseph Schumpeter ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Simpeh, 2011) ต่อมามุมมองด้านผู้ประกอบการทางด้านเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก อย่างเช่น Drucker (1985) มีแนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการนั้นใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดโอกาส และหากสามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณภาพจะได้รับกำไรเป็นผลตอบแทน ในขณะที่เดียวกันต้องยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นด้วย และการเป็นผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความรู้ที่จะใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ที่ต้องการที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจมีความสัมพันธ์กับภูมิหลังและการได้รับการสนับสนุนซึ่งทำให้เกิดความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Lazear, 2005)

ผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญ เพราะเป็นผู้ที่นำปัจจัยการผลิตมาดำเนินการผลิตเป็นสินค้าและบริการ แล้วทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการจากหน่วยผลิตไปยังผู้บริโภค ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Lazear, 2005; Murphy, Liao, & Welsch, 2006) โดยผู้ประกอบการมีคุณค่าทางเศรษฐกิจอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดการสร้างงาน ทำให้เศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนได้ (Van Praag & Versloot, 2008) ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ซึ่งเกิดจากการจัดสรรทรัพยากร และมีการตัดสินใจบนพื้นฐานของกระบวนการผลิต การตลาด วัตถุดิบ และการจัดการองค์กร ซึ่งทำให้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจ (Murphy et al., 2006)

2.1.3 สถานการณ์ผู้ประกอบการในประเทศไทย

สถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย พบว่า จำนวนผู้ประกอบการในปี 2555 มีจำนวนผู้ประกอบการ 2,727,530 ราย ต่อมาในปี 2556 มีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้นเป็น 2,763,344 ราย ถัดมาปี 2557 มีจำนวนผู้ประกอบการลดลงอยู่ที่ 2,743,490 ราย สำหรับปี 2558 มีจำนวนผู้ประกอบการสูงขึ้นเป็น 2,765,332 ราย และในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 3,004,675 ราย โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) จากการจำแนกผู้ประกอบการตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจการขายปลีก รองลงมา ได้แก่ การผลิต ที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการอื่น ๆ การขายและการซ่อมยานยนต์รวมถึงจักรยานยนต์ อสังหาริมทรัพย์ การขายส่ง การขนส่งทางบกและสถานที่เก็บสินค้า การก่อสร้าง กิจกรรมการบริหารและการบริการสนับสนุน ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ กิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และอื่น ๆ ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งสามารถพิจารณาสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภาคตั้งแต่ปี 2555–2559 ได้ดังภาพประกอบที่ 2.1



ภาพประกอบที่ 2.1 จำนวนผู้ประกอบการแบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560)

ผู้ประกอบการของไทยเมื่อพิจารณาระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการได้ไม่เกิน 5 ปี และมีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเป็นสำนักงานแห่งเดียวร้อยละ 97.7

มีสำนักงานสาขาร้อยละ 1.7 มีสำนักงานใหญ่ร้อยละ 0.5 และจัดตั้งในลักษณะอื่น ๆ ร้อยละ 0.1 อย่างเช่น แฟรนไชส์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาตามลักษณะของผู้ประกอบการตามจำนวนการจ้างงานซึ่งมีการจำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 วิสาหกิจขนาดกลางมีการจ้างงาน 51 ถึง 200 คน ร้อยละ 19.2 และวิสาหกิจขนาดใหญ่มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน ร้อยละ 34.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) และจากการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมของปี 2559 ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบในการจัดตั้งธุรกิจแบบกิจการเจ้าของคนเดียวร้อยละ 90.8 รองลงมาคือ จัดตั้งในรูปแบบบริษัทจำกัดร้อยละ 6.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลร้อยละ 1.8 และรูปแบบอื่น ๆ ร้อยละ 1.1 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) และความสามารถของผู้ประกอบการไทยในสถานการณ์ปัจจุบันเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2559 พบว่า วิสาหกิจขนาดใหญ่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศร้อยละ 43.4 ของมูลค่าทั้งหมด รองลงมาคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศร้อยละ 42.2 ของมูลค่าทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

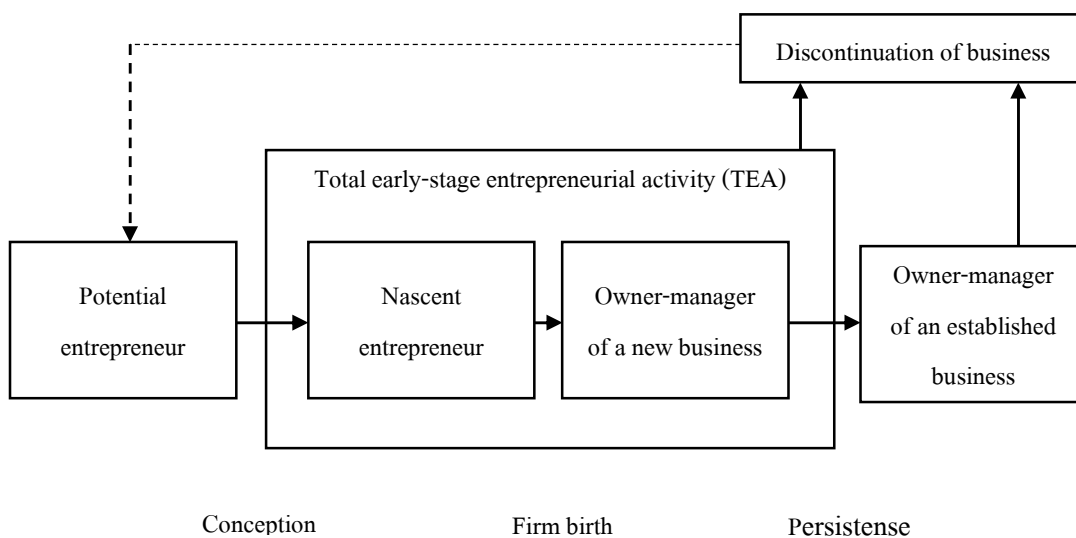
การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่จึงเป็นเป้าหมายหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564 ได้ระบุถึง การพัฒนาประเทศไทยให้มีระบบเศรษฐกิจที่สามารถแข่งขันได้และมีความเข้มแข็ง ด้วยการสนับสนุนให้มีผู้ประกอบการใหม่และทำให้ประเทศไทยเป็นสังคมของผู้ประกอบการ เพื่อให้ประเทศสามารถขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ตามศักยภาพที่ควรจะเป็น โดยกำหนดเป้าหมายอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 และให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ ด้วยการมีนโยบายส่งเสริมเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะในการเป็นผู้ประกอบการทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

2.1.4 การเป็นผู้ประกอบการใหม่

การเป็นผู้ประกอบการใหม่ (New entrepreneurship) ได้มีนักวิชาการ Wagner (2006) ได้อธิบายถึงการเป็นผู้ประกอบการใหม่มี 4 สถานะคือ 1) สถานะการที่แนวคิด (Conception) อาจเป็นบุคคลเดี่ยว หรือกลุ่มบุคคลที่เริ่มใช้เวลาหรือทรัพยากรต่าง ๆ ในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ ซึ่งอาจจะทำด้วยตนเอง หรือได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจที่มีอยู่แล้วก็ได้ 2) สถานะการทำกิจกรรมเริ่มแรกในธุรกิจ (Gestation) แสดงถึงการเริ่มดำเนินการทำธุรกิจ 3) สถานะการทำธุรกิจเริ่มแรก (Infancy) ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถดำเนินธุรกิจได้น้อยกว่า 42 เดือน หรือ 3.5 ปี 4) สถานการณ์ทำธุรกิจ

ได้ในช่วงเริ่มต้น (Adolescence) จนกระทั่งสามารถที่จะทำธุรกิจได้ประสบความสำเร็จจนสามารถกลายเป็นธุรกิจใหม่สามารถจัดตั้งธุรกิจได้ (Established new firm)

สำหรับการศึกษาของ Global entrepreneurship monitor (2019) ได้มีการกำหนดเกณฑ์การวัดการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการพิจารณาจากผู้ที่มีความพยายามในการทำธุรกิจใหม่ ลงทุนสร้างธุรกิจใหม่ หรืออาจจะขยายธุรกิจที่มีอยู่ โดยบุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือธุรกิจที่ได้จัดตั้งแล้ว ซึ่งแสดงถึงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ที่ได้แสดงถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยสามารถพิจารณาลักษณะของผู้ประกอบการได้ตามตัวชี้วัดที่สถานะธุรกิจ ซึ่งมี 3 ระยะคือ ระยะการพัฒนาแนวคิด ระยะเริ่มธุรกิจใหม่ ระยะที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องจะต้องเริ่มจากระยะการพัฒนาแนวคิดอีกครั้ง สามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบที่ 2.2



ภาพประกอบที่ 2.2 ลักษณะของผู้ประกอบการตามระยะของธุรกิจ

ที่มา: Global entrepreneurship monitor (2019)

สำหรับลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในแต่ละระยะธุรกิจสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ระยะการพัฒนาแนวคิด (Conception) ซึ่งแสดงถึงผู้ที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ (Potential entrepreneur) แต่ยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ จนกระทั่งจะสามารถมองเห็นโอกาส มีความรู้ และมีทักษะที่เพียงพอจึงจะเข้าสู่ระยะต่อไป

2) ระยะเริ่มธุรกิจใหม่ (Firm birth) จะเป็นระยะที่มีการทำกิจกรรมเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ (Total early-stage entrepreneurial activity: TEA) ซึ่งประกอบแบ่งสถานะผู้ประกอบการออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ ผู้ที่อยู่ในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจใหม่ (Nascent entrepreneur) และผู้ที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่ได้ไม่เกิน 3.5 ปี (Owner-manager of a new business)

3) ระยะที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Persistense) ซึ่งแสดงถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการจัดตั้งได้ตั้งแต่ 3.5 ปีขึ้นไป (Owner-manager of an established business)

สำหรับการพิจารณาถึงการเป็นผู้ประกอบการใหม่นั้นจะพิจารณาถึงผู้ประกอบการที่อยู่ในระยะเริ่มธุรกิจใหม่คือ ผู้ที่อยู่ในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจใหม่ (Nascent entrepreneur) และผู้ที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่ได้ไม่เกิน 3.5 ปี (Owner-manager of a new business)

และยังมีนักวิชาการอื่น ๆ ที่ได้กล่าวถึง การเป็นผู้ประกอบการใหม่เป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมในการทำธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การตลาด และเทคโนโลยี สามารถพิจารณาการนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดใหม่ และการหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นช่องทางใหม่ ๆ ในการเข้าถึงลูกค้าได้ (Gartner, 1985) เช่นเดียวกับ Kautonen et al. (2015) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่นั้นสามารถพิจารณาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจ ได้แก่ ความพยายามที่ใช้ในการเริ่มธุรกิจ (Effort to start a business) ระยะเวลาที่ใช้ในการทำธุรกิจ (Spent time on business) จำนวนเงินที่ได้ลงทุนในการทำธุรกิจ (Invest money on business) สำหรับการพิจารณาถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการโดยการสำรวจการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจดังนี้

- 1) แผนธุรกิจได้รับการพัฒนา
- 2) การพัฒนาสินค้าหรือบริการ
- 3) มีการวางแผนการตลาด
- 4) ติดต่อกับลูกค้าเป้าหมาย
- 5) มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง
- 6) มีโครงสร้างทางการเงิน
- 7) การติดต่อกับสถาบันการเงิน หรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ
- 8) การจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ
- 9) การบริหารจัดการธุรกิจ

ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำนิยามของ Rauch and Hulsink (2015) ที่ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถพิจารณาได้จากกิจกรรมทางธุรกิจดังนี้

- 1) มีการใช้เวลาในการคิดวางแผนจัดตั้งธุรกิจ

- 2) มีการจัดตั้งองค์กร
- 3) การหาโอกาสทางการตลาด
- 4) มีการเตรียมแผนธุรกิจ
- 5) มีการตั้งชื่อธุรกิจ
- 6) มีการจดทะเบียนธุรกิจ
- 7) ลงทุนทางการเงินในธุรกิจ ด้วยเงินของตนเอง
- 8) มีการร้องขอการสนับสนุนทางการเงิน
- 9) มีการเตรียมพร้อมในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ
- 10) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- 11) การดำเนินกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด
- 12) มีการจ้างงาน

นอกจากนี้ยังพบว่า Davidsson and Honig (2003) ได้ระบุถึงผู้ที่มีพฤติกรรมกา
เป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยพิจารณาจากการที่บุคคลนั้นมีการดำเนินกิจกรรมการเริ่มต้นทำธุรกิจอยู่
ในขั้นตอนใดนั้น สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่

กิจกรรมการเริ่มต้นทำธุรกิจ	ลักษณะ
1. การเขียนแผนธุรกิจ	-มีการเตรียมแผนธุรกิจ -ได้ดำเนินการเขียนแผนธุรกิจอาจจะเป็นแบบทางการหรือไม่เป็น ทางการ -เขียนแผนธุรกิจที่เป็นทางการเพื่อใช้ภายนอก
2. การพัฒนาสินค้าและบริการ	-กำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า
3. การพัฒนาสินค้าและบริการ	-การมีแนวคิดในการผลิตสินค้าและบริการ -การได้เริ่มพัฒนาความคิดริเริ่ม -การทดสอบตลาด -การที่มีความพร้อมในการขายและส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า
4. การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด	-การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดต่าง ๆ หรือมีการส่งเสริมการขาย -มีการขอรับสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายทางการค้า -ได้รับการจดสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายทางการค้า
5. ด้านวัตถุดิบ	-มีการจัดซื้อวัตถุดิบ มีสินค้าคงคลัง วัสดุสิ้นเปลือง และ ส่วนประกอบต่าง ๆ

ตารางที่ 2.1 พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (ต่อ)

กิจกรรมการเริ่มต้นทำธุรกิจ	ลักษณะ
6. อุปกรณ์	-มีการซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ หรืออาจได้มาจากการเช่าซื้อ การเช่า ซึ่งเป็นอุปกรณ์หลักที่ต้องใช้ หรือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก หรือเครื่องใช้ต่าง ๆ
7. ข้อมูลสารสนเทศ	-มีข้อมูลด้านการประมาณการยอดขายหรือรายรับ มีข้อมูลคู่แข่งชั้นลูกค้า และการตั้งราคา
8. การเงิน	-มีข้อมูลความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการจากผู้ที่กำลังจะเป็นลูกค้า -มีการสอบถามเพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน และแหล่งอื่น ๆ -ได้รับความสำเร็จทางการเงินแล้ว -มีการจัดหางบการเงิน เช่น งบกำไรขาดทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เป็นต้น
9. การออมเงิน	-การเก็บออมเงิน เพื่อที่จะใช้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ
10. มีเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	-การได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
11. การได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัว	-การได้รับการช่วยเหลือจากครอบครัวในการทำธุรกิจ
12. กำลังแรงงาน	-การได้ทำงานในธุรกิจใหม่แบบเต็มเวลา หรือมีจำนวนชั่วโมงมากกว่า 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นต้นไป -มีการจ้างพนักงานที่ทำงานไม่ประจำแบบพาร์ทไทม์ -มีการจ้างพนักงานที่ทำงานประจำมากกว่า 1 คนขึ้นไป
13. การจ่ายค่าจ้างที่ไม่ใช่ส่วนของเจ้าของ	-มีการจ้างแรงงานหรือมีผู้จัดการที่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้ โดยไม่ได้แบ่งผลกำไรจากธุรกิจ
14. การอบรมความรู้	-มีการเข้ารับการอบรมและได้ฝึกปฏิบัติการในหลักสูตรที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่มากกว่า 1 หลักสูตร
15. ข้อมูลการติดต่อธุรกิจ	-ธุรกิจมีเบอร์โทรศัพท์เจ้าของธุรกิจ -ธุรกิจมีที่อยู่ทางไปรษณีย์ -ธุรกิจมีเบอร์มือถือ -ธุรกิจมีสถานที่ตั้ง -ธุรกิจมีเบอร์แฟกซ์ -ธุรกิจอีเมล -ธุรกิจเว็บเพจ

ตารางที่ 2.1 พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (ต่อ)

กิจกรรมการเริ่มต้นทำธุรกิจ	ลักษณะ
16. การพัฒนาแผนการตลาด	-มีการเริ่มทำการตลาดและการทำรายการส่งเสริมการขาย
17. การพัฒนาด้านรายได้	-มีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายเงินเดือนให้แก่เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการ
18. ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ	-การได้รับใบอนุญาตในการทำธุรกิจหรือใบอนุญาตประกอบกิจการจากระดับท้องถิ่น ระดับประเทศหรือหน่วยงานของรัฐบาล
19. การปฏิบัติตามกฎหมาย	-มีการปฏิบัติตามกฎหมายในการจ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ ได้รับใบรับรองการยื่นชำระภาษี

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ที่ได้ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ (Davidsson & Honig, 2003; Kautonen et al., 2015; Rauch & Hulsink, 2015) แต่ทั้งนี้การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่สามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2013; Krueger et al., 2000; Ngugi et al., 2012) ซึ่งสามารถสรุปความหมายของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ซึ่งเป็นคำนิยามเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

การเป็นผู้ประกอบการใหม่ (New entrepreneurship) หมายถึง การที่บุคคลมีพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ จากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างน้อย 1 อย่าง เช่น การใช้เวลาในการคิดวางแผนจัดตั้งธุรกิจ มีการเตรียมแผนธุรกิจ มีการตั้งชื่อธุรกิจ มีการจดทะเบียนธุรกิจ มีการจัดตั้งองค์กร การหาโอกาสทางการตลาด มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง การติดต่อกับลูกค้าเป้าหมาย ลงทุนทางการเงินในธุรกิจด้วยเงินของตนเอง มีการติดต่อกับสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ มีการเตรียมพร้อมในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การดำเนินกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด มีการจ้างงาน มีการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นต้น (Davidsson & Honig, 2003; Kautonen et al., 2015; Rauch & Hulsink, 2015)

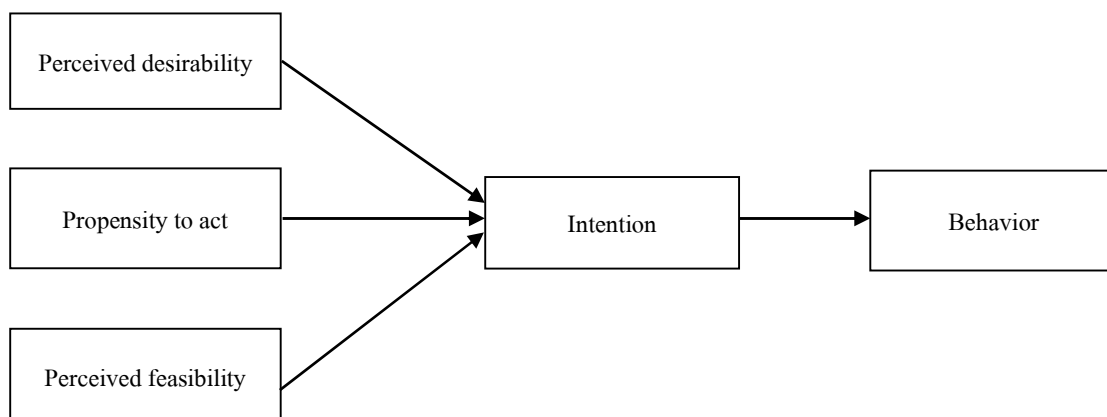
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ

งานวิจัยในครั้งนี้นี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงพฤติกรรม (Behavior) หรือการกระทำ (Action) ด้วยการทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention) โดย Krueger et al. (2000) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะกระทำ เป็นตัวแปรที่ใช้ทำนายพฤติกรรมได้ดีที่สุด ผู้วิจัยพบว่า มีทฤษฎีฐานรากในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยศึกษาจากความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแล้วใช้ทำนายการเป็น

ผู้ประกอบการ ได้แก่ โมเดลสถานการณ์การเป็นผู้ประกอบการ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนซึ่งสามารถพิจารณาองค์ประกอบของแต่ละทฤษฎีได้ดังนี้

2.2.1 โมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ

โมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial event model: EEM) ประกอบด้วย การรับรู้ความปรารถนา (Perceived desirability) การรับรู้ความเป็นไปได้ (Perceived feasibility) แนวโน้มที่จะกระทำ (Propensity to act) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการนั้นสามารถเกิดได้จากสถานการณ์ด้านปัจจัยทางสังคม ซึ่งพิจารณาได้จาก สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม และการเป็นผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่แสดงถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative-taking) การรวบรวมทรัพยากร (Consolidation of resources) การบริหาร (Management) ความมีอิสระ (Relative autonomy) และความชอบเสี่ยง (Risk-taking) (Shapero & Sokol, 1982) ซึ่งโมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการสามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบที่ 2.3



ภาพประกอบที่ 2.3 โมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ

ที่มา: Shapero and Sokol (1982)

องค์ประกอบของโมเดลสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) การรับรู้ความปรารถนา (Perceived desirability) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่มีความสนใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán, 2004) โดยความต้องการที่จะเริ่มธุรกิจใหม่จึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ เกิดจากทัศนคติส่วนบุคคลซึ่งมี

ความสัมพันธ์กับคุณลักษณะ โดยเฉพาะ ใต้แก่ รายได้ (Income) ความเป็นอิสระ (Independence) ความมุ่งมั่นพยายามในการทำงาน (Work effort) และระดับความเสี่ยง (Risk level) ทักษะคิดสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ (Douglas & Shepherd, 2000) ดังนั้นการรับรู้ความปรารถนาเป็นแรงดึงดูดใจที่จะเริ่มธุรกิจ (Krueger et al., 2000)

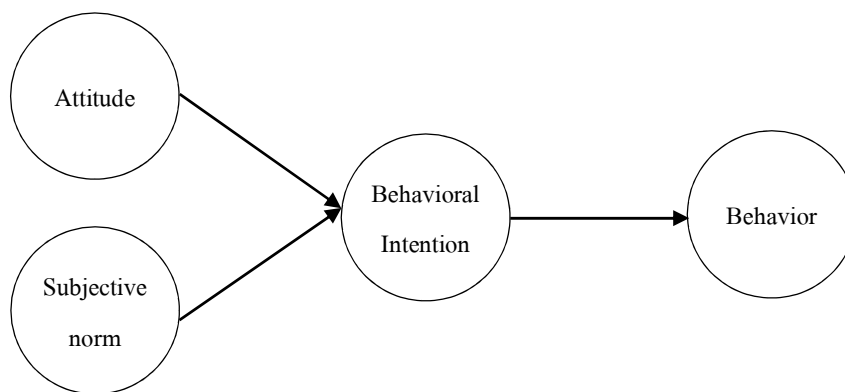
2) การรับรู้ความเป็นไปได้ (Perceived feasibility) เป็นการพิจารณาความสามารถของบุคคลที่จะแสดงออกเป็นพฤติกรรม โดยมีแบบอย่างและที่ปรึกษา ซึ่งมีผลต่อระดับการรับรู้ความเป็นไปในระดับบุคคล (Liñán, 2004) การรับรู้ความเป็นไปได้ในการเป็นผู้ประกอบการ (Fitzsimmons & Douglas, 2011) ทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถในการเริ่มธุรกิจ และแนวโน้มที่จะกระทำเป็นการสะท้อนถึงความตั้งใจที่จะกระทำ (Krueger et al., 2000)

3) แนวโน้มที่จะกระทำ (Propensity to act) เป็นการตัดสินใจส่วนบุคคลที่จะกระทำ ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ แนวคิดของแนวโน้มที่จะกระทำขึ้นอยู่กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมให้เกิดการกระทำ (Krueger et al., 2000)

2.2.2 ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล

ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of reasoned action) ได้อธิบายถึง การเกิดพฤติกรรม (Behavior) นั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention) โดยมาจากทัศนคติของบุคคลต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) (Fishbein & Ajzen, 1975) โดย Fishbein and Ajzen (1981) กล่าวถึง ทัศนคตินั้นถูกกำหนดจากความเชื่อต่อผลลัพธ์ในการแสดงพฤติกรรม ผู้ที่มีความเชื่อว่าจะได้รับผลลัพธ์ทางบวกจะแสดงพฤติกรรมนั้น ทำให้เห็นว่าทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรม ส่วนผู้ที่มีความเชื่อว่าจะได้รับผลลัพธ์ด้านลบจากการแสดงพฤติกรรม จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติเชิงลบต่อพฤติกรรม ส่วนการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้น เกิดจากการที่บุคคลมีความเชื่อต่อกลุ่มคนสำคัญซึ่งเป็นผู้ที่ให้ความเห็นด้วยหรืออาจจะไม่เห็นด้วยต่อการที่บุคคลแสดงพฤติกรรม แล้วทำให้บุคคลเกิดการคล้อยตามต่อความคิดเห็นของกลุ่มคนสำคัญ ทำให้เห็นว่าการที่บุคคลมีความเชื่อต่อกลุ่มคนสำคัญว่าควรที่จะแสดงพฤติกรรมและได้รับแรงจูงใจจากความคาดหวังของกลุ่มคนสำคัญ จะทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญในทางบวก และหากการที่บุคคลมีความเชื่อต่อกลุ่มคนสำคัญที่ให้ความเห็นว่าไม่ควรที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น จะทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญในทางลบ และบุคคลก็จะมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งทั้งปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถใช้ทำนายความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม เพื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ (Ajzen & Fishbein, 1972) จึงทำให้เห็นว่าทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผลนั้นให้ความสำคัญต่อการอธิบายเกิดพฤติกรรมจากความ

ตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม โดยทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผลสามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบที่ 2.4



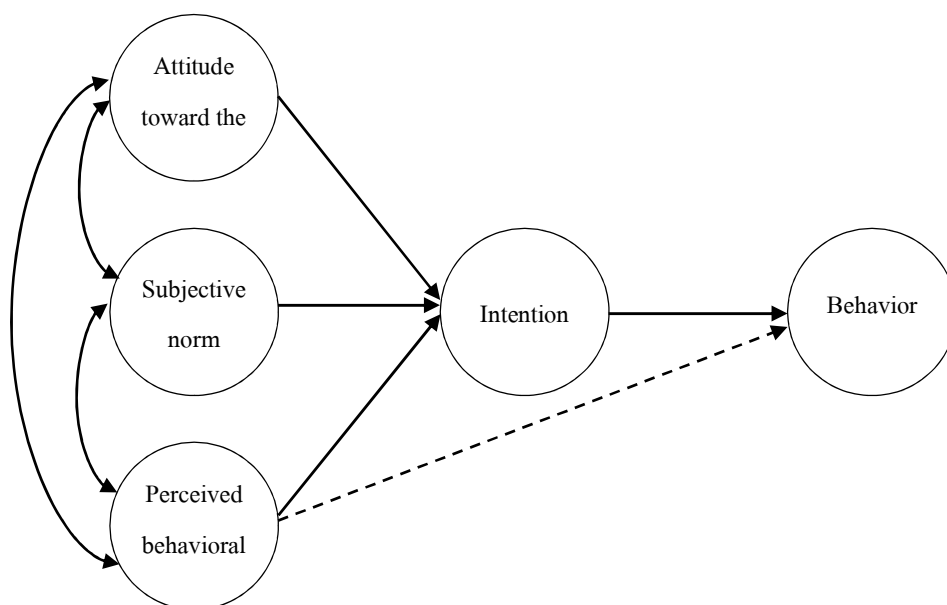
ภาพประกอบที่ 2.4 กรอบแนวคิดทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล
ที่มา: Madden, Ellen, and Ajzen (1992)

2.2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) ได้กล่าวถึง พฤติกรรม (Behavior) ที่สามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention) ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) (Ajzen, 1991) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้นได้ศึกษาถึงองค์ประกอบทางด้านบุคคล อิทธิพลจากสังคม และการควบคุมที่ทำให้เกิดพฤติกรรม (Ajzen, 2005) โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of reasoned action) ซึ่งทั้งสองทฤษฎีกล่าวถึงการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ แต่ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผลนั้นมีความแตกต่างกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพราะไม่มีตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีเฉพาะตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะกระทำเพื่อใช้ทำนายการกระทำ (Ajzen, 2005) และพบว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถทำนายพฤติกรรมได้ดีกว่าทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล รวมถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถอธิบายค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมได้มากกว่าทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Madden et al., 1992) แต่ทั้งนี้สามารถใช้ทั้งสองทฤษฎีในการอธิบายการเกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมได้ (Hale, Householder, & Greene, 2002) และกรอบแนวคิดของทั้งสองทฤษฎียังคงมี

ความเหมือนกัน โดยเกิดจากความเชื่อที่ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อในการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และความเชื่อในความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม (Montano & Kasprzyk, 2015)

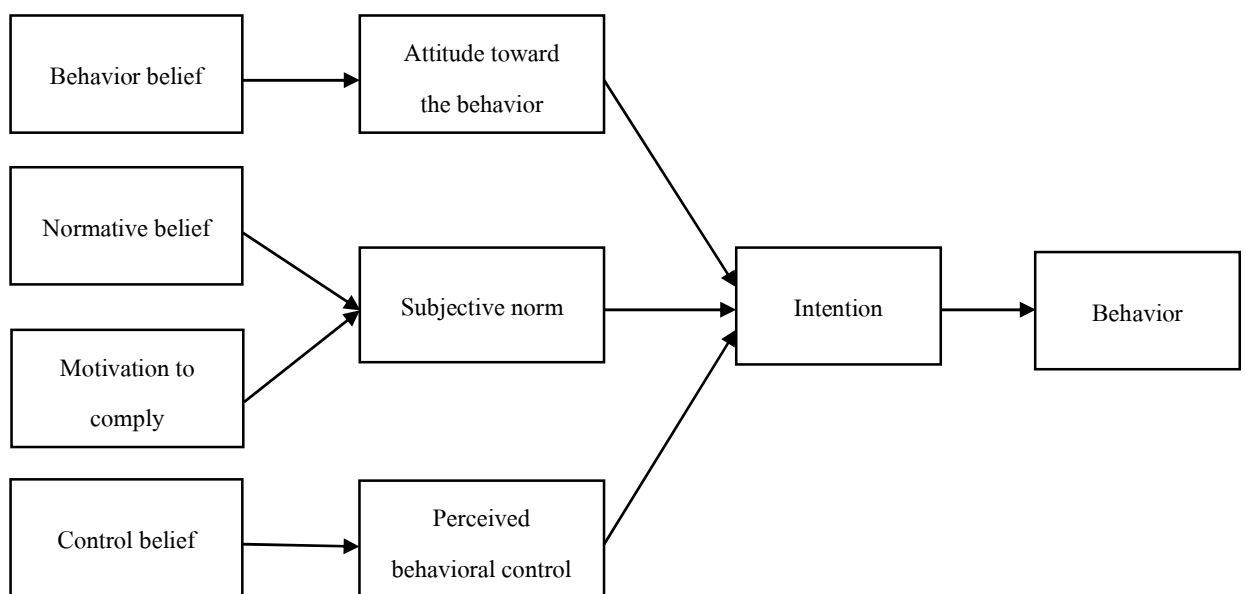
ในการศึกษาถึงพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์สามารถใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิด เพื่อใช้ในการทำนายและอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ในบริบทเฉพาะได้ (Ajzen, 1991; Ajzen, 2002) โดยทัศนคติต่อพฤติกรรมสามารถบอกถึงระดับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของบุคคลต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญซึ่งปัจจัยด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับแรงกดดันของสังคมที่จะปฏิบัติตามพฤติกรรม กลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ เพื่อน พ่อแม่ คนใกล้ชิด พี่น้อง สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ซึ่งปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะกระทำ เพื่อทำนายถึงพฤติกรรมได้ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นสะท้อนถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาสามารถส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ซึ่งสามารถพิจารณาได้ดังภาพประกอบที่ 2.5



ภาพประกอบที่ 2.5 กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
ที่มา: Ajzen (1991)

การพิจารณาทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นอยู่บนพื้นฐานความเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์สามารถ

พิจารณาได้จากความเชื่อ (Belief) สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรม โดยทัศนคติต่อพฤติกรรมเกิดจากความเชื่อต่อพฤติกรรม (Behavioral beliefs) ส่วนความเชื่อที่เกิดจากการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญประกอบด้วย แรงจูงใจที่จะคล้อยตาม (Motivation to comply) และความเชื่อของกลุ่มอ้างอิง (Normative belief) ซึ่งส่งผลต่อการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norms) ส่วนความเชื่อที่เกี่ยวกับการควบคุม (Control belief) เป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่เกิดจากการที่บุคคลนั้นมีความรู้ ความสามารถ ที่ส่งผลต่ออิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) (Ajzen, 1991) สามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบที่ 2.6



ภาพประกอบที่ 2.6 ความเชื่อต่อทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
ที่มา: Ajzen (2005)

องค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ (Belief) ความรู้สึก (Feeling) และแนวโน้มที่จะกระทำ (Action tendency) (Ajzen, 2005) ที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกว่าอยากจะทำหรือไม่อยากที่จะกระทำพฤติกรรม ซึ่งทัศนคติต่อพฤติกรรมสามารถมีได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่ทัศนคติทางบวกต่อพฤติกรรมจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ (Ajzen, 1991) โดยความเชื่อต่อพฤติกรรม (Behavior belief) เมื่อพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ Kolvereid (1996) ได้อธิบายว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship attitude) เกิดจากกระบวนการคิดที่ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

(Entrepreneurship intention) ซึ่งทัศนคติสามารถมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ส่วนทัศนคติทางบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นใช้การวัดจากความเชื่อในความพอใจที่จะทำธุรกิจ ได้แก่ โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic opportunity) ความท้าทาย (Challenge) ความต้องการเป็นอิสระ (Autonomy) อำนาจในการตัดสินใจ (Authority) การพึ่งพาตนเอง (Self-realization) การมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ (Participate in whole process)

2) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) กลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน คนใกล้ชิด คนรอบข้าง สังคมรอบตัว ซึ่งแสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในการจะกระทำพฤติกรรม ทำให้รู้สึกคล้อยตามและมีแรงจูงใจที่จะกระทำตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งความเชื่อที่ส่งผลต่อการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ประกอบด้วย แรงจูงใจที่จะคล้อยตาม (Motivation to comply) และความเชื่อต่อกลุ่มคนสำคัญ (Normative belief) ซึ่งส่งผลต่อการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ที่ทำให้บุคคลนั้นรู้สึกว่าจะเหมาะสมที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991) โดย Kolvareid (1996) นั้นกล่าวถึงการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเกิดจากการมีความเชื่อต่อเพื่อนสนิท และบุคคลที่มีความสำคัญต่อตนเอง จะมีอิทธิพลทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นว่าตนเองมีความเหมาะสมในการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Maes, Leroy, and Sels (2014) ได้อธิบายว่าความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งมาจากความเชื่อต่อกลุ่มคนสำคัญที่มีต่ออาชีพผู้ประกอบการและมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามความคิดเห็นของกลุ่มคนสำคัญ

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) โดยเกิดจากความเชื่อที่เกี่ยวกับการควบคุม (Control belief) เป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่เกิดจากการที่บุคคลนั้นมีความรู้ และความสามารถส่วนบุคคล ส่งผลต่ออิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หากเราสามารถรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จะทำให้ผู้นั้นมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรม (Ajzen, 1991) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ แต่ในขณะเดียวกันการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งอิทธิพลทางตรงไปยังพฤติกรรมได้ (Ajzen, 2002) โดยองค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมประกอบด้วย การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-efficacy) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived controllability) โดยการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นเกี่ยวข้องกับการรับรู้ความยากหรือง่ายต่อความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรม ส่วนการควบคุมเป็นการทำให้เกิดการกระทำพฤติกรรมนั้นได้ (Ajzen, 2002)

4) ความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention) เกิดขึ้นก่อนพฤติกรรมซึ่งใช้ในการทำนายพฤติกรรม โดยความตั้งใจที่จะกระทำสามารถพิจารณาจากความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะกระทำพฤติกรรม และมีความพยายามในการวางแผนในการกระทำพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำสามารถทำนายได้จากทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 2005)

5) พฤติกรรม (Behavior) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงซึ่งสามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้ (Ajzen, 1991) เมื่อบุคคลนั้นยังมีความตั้งใจที่จะกระทำ จนกระทั่งมีโอกาสและเวลาที่เหมาะสม จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมได้ (Ajzen, 2005)

2.2.4 สรุปทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ในการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในครั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นพบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนศึกษากับทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการถึงแม้จะมีตัวแปรที่ใช้ศึกษามีความหมายที่คล้ายกัน โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้ศึกษาถึงปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญมีความหมายที่ใกล้เคียงกับศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความปรารถนาในทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความหมายที่ใกล้เคียงกับปัจจัยด้านการรับรู้ความเป็นไปได้ในทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ แต่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถนำไปใช้ในการอธิบายถึงกระบวนการเกิดพฤติกรรมซึ่งนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้มากกว่าทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ (Schlaegel & Koenig, 2014) สอดคล้องกับ Kolvereid (1996) ที่ได้สนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อใช้ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้จากความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำนายการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าการใช้ทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ (Schlaegel & Koenig, 2014) จึงทำให้เห็นว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้รับการทดสอบเพื่อยืนยันทฤษฎีมากกว่าทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ และเมื่อพิจารณาในบริบทของกลุ่มตัวอย่างนั้นพบว่า มีการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา (Basu, 2010; Chowdhury et al., 2012; Dohse & Walter, 2010; Hulsink &

Rauch, 2010; Iakovleva et al., 2011; Leffel & Darling, 2009; Leroy et al., 2009; Mueller, 2011; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Zapkau et al., 2015) มากกว่าทฤษฎีโมเดลตามสถานการณ์ของการเป็นผู้ประกอบการ (De Clercq, Honig, & Martin, 2013; Devonish, Alleyne, Charles-Soverall, Marshall, & Pounder, 2010; Fitzsimmons & Douglass, 2011; Godsey & Sebora, 2010; Liñán & Santos, 2007; Zhang, Duysters, & Cloudt, 2014) และยังมีการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาในบริบทของกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น (Fini et al., 2012; Goethner, Obschonka, Silbereisen, & Cantner, 2009) ซึ่งในการศึกษานี้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา จึงใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจึงมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นกรอบในการศึกษาในครั้งนี้ รวมถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้รับการสนับสนุนให้สามารถใช้นำความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาแล้ว ทำให้เห็นว่าสามารถใช้ได้กับบริบทของเศรษฐกิจที่มีความแตกต่างกัน (Iakovleva et al., 2011)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความเหมาะสมในการใช้เป็นทฤษฎีฐานรากในการศึกษาในครั้งนี้ โดยสามารถอธิบายความหมายและองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ได้ดังนี้

2.2.4.1 ความหมายและองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เช่น Liñán and Chen (2009) กล่าวถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การที่บุคคลมีความพยายามที่จะมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการได้รับอิทธิพลจากสามปัจจัยเป็นแรงจูงใจในการเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมได้ ส่วน Wu (2009) กล่าวถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นเกิดจากการที่มีความคิดริเริ่มที่จะทำธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน โดยมีความตั้งใจและมีความปรารถนาที่จะทำธุรกิจด้วยตนเอง รวมถึงมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการเริ่มลงมือทำธุรกิจ ซึ่งมีการใช้เวลาในการคิดวางแผนเพื่อที่จะดำเนินธุรกิจ อีกทั้งมีมุมมองว่าการเป็นเจ้าของธุรกิจเป็นอาชีพที่น่าดึงดูดใจ และการเป็นผู้ประกอบการเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง จึงทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกสนใจที่อยากจะจัดตั้งธุรกิจเพื่อเป็นเจ้าของธุรกิจ (Alexander & Honig, 2016;

ตารางที่ 2.2 สัมเคราะห์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention)	Alexander and Honig (2016)	Aragon-Sanchez et al. (2017)	Dinc and Budic (2016)	Iakovleva et al. (2011)	Kautonen et al. (2015)	Koe (2016)	Liñán and Chen (2006)	Liñán and Chen (2009)	Liñán et al. (2011)	Maes et al. (2014)	Mueller (2011)	Pihic and Bagheri (2013)	Roy et al. (2017)	Thompson (2009)
เป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Professional goals to become an entrepreneur)		✓	✓			✓	✓	✓	✓				✓	
ความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (Effort to start and run own firm)			✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน (Determination to create a firm in the future)		✓	✓			✓	✓	✓	✓			✓	✓	
ความจริงจังที่จะสร้างธุรกิจ (Seriously thought of starting a firm)			✓	✓		✓	✓	✓	✓					✓
ตั้งใจที่จะมีธุรกิจในอนาคต (Intention to start a firm some day)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากการพิจารณาองค์ประกอบของปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Ready to do anything to be an entrepreneur) หมายถึง ความพร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Dinc & Budic, 2016; Koe, 2016;

Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Mueller, 2011; Pihie & Bagheri, 2013; Roy et al., 2017)

2. เป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Professional goals to become an entrepreneur) หมายถึง การมีเป้าหมายที่ต้องการที่จะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Koe, 2016; Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Roy et al., 2017)

3. ความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (Effort to start and run own firm) หมายถึง การมีความพยายามที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2015; Koe, 2016; Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Mueller, 2011; Pihie & Bagheri, 2013; Roy et al., 2017)

4. สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน (Determination to create a firm in the future) หมายถึง การกำหนดเป้าหมายมีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Koe, 2016; Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Pihie & Bagheri, 2013; Roy et al., 2017)

5. ความจริงจังในการเริ่มต้นทำธุรกิจ (Seriously thought of starting a firm) หมายถึง การมีความรู้สึกอย่างจริงจังในการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ (Dinc & Budic, 2016; Iakovleva et al., 2011; Koe, 2016; Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Thompson, 2009)

6. ความตั้งใจที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (Intention to start a firm some day) หมายถึง ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในอนาคต (Alexander & Honig, 2016; Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2015; Koe, 2016; Liñán & Chen, 2006; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maes et al., 2014; Mueller, 2011; Pihie & Bagheri, 2013; Roy et al., 2017; Thompson, 2009)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถสรุปความหมายของ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นคำนิยามเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) หมายถึง การที่ บุคคลมีความพยายามและความมุ่งมั่นที่จะมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Iakovleva et al., 2011; Liñán & Chen, 2009; Solesvik, 2013)



ภาพประกอบที่ 2.7 องค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

2.2.4.2 ความหมายและองค์ประกอบของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship) หมายถึง การที่บุคคลได้ประเมินผลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อตนเองในการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009; Dinc & Budic, 2016) ซึ่งเมื่อประเมินแล้วพบว่าสามารถส่งผลดีต่อตนเอง จะทำให้มีแรงดึงดูดใจในการเป็นผู้ประกอบการ และพิจารณาเลือกพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009) ส่วน Alexander and Honig (2016) ได้อธิบายว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นแรงดึงดูดใจให้เกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยแสดงให้เห็นว่า บุคคลนั้นมีความชอบหรือไม่ชอบที่จะกระทำพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Kautonen et al. (2013) และ Maes et al. (2014) รวมถึง Maresch et al. (2016) ที่กล่าวว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทำให้สามารถประเมินถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยทัศนคติทางบวกส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และการที่บุคคลมี

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีมุมมองว่า การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีความท้าทายและมีอิสระในการทำงาน ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารจัดการการ และดำเนินงานได้ด้วยตนเอง (Alexander & Honig, 2016; Kautonen et al., 2013; Maes et al., 2014; Mueller, 2011) ส่วน Kim-Soon et al. (2016) ได้กล่าวว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเกิดได้จากการรับรู้ความสำคัญและเห็นคุณค่าในการเป็นผู้ประกอบการ การมีความเชื่อต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นอาชีพที่จะทำให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงการเกิดความสุขในการทำงานและชีวิตส่วนตัว เพราะสามารถบริหารจัดการเวลาในการทำงานเองได้ และการที่บุคคลมีความเชื่อที่ทำให้เกิดการให้คุณค่าต่อการเป็นผู้ประกอบการ สามารถทำให้ได้รับความอิสระ ฐานะทางการเงินที่มั่นคง การได้รับความท้าทายในการทำงาน รวมถึงการดำเนินชีวิตที่มีความสมดุล (Maes et al., 2014)

องค์ประกอบของปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การมีความเห็นต่อการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการนั้นมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย (Dinc & Budic, 2016; Maresch et al., 2016) ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถที่จะส่งผลดีต่อตนเอง (Liñán & Chen, 2009) การเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นอาชีพที่ดึงดูดใจ (Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Maresch et al., 2016) และหากบุคคลนั้นได้เป็นเจ้าของธุรกิจจะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อตนเองอย่างมาก (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Maresch et al., 2016) การเป็นผู้ประกอบการทำให้ได้รับโอกาสและทรัพยากร (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Maresch et al., 2016) ในขณะที่บุคคลนั้นมีทางเลือกในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ผู้ประกอบการจะเป็นอาชีพที่เลือกหลังจากสำเร็จการศึกษา (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009) สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.3 ซึ่งได้สังเคราะห์ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 2.3 สังเคราะห์ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship)	Dinc and Budic (2016)	Iakovleva et al. (2011)	Liñán and Chen (2009)	Liñán et al. (2011)	Maresch et al. (2016)	Roy et al. (2017)	Trivedi (2016)
มีผลดีต่อตัวเอง (Advantage to me)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.3 สังเคราะห์ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship)	Aragon-Sanchez et al. (2017)	Dinc and Budic (2016)	Iakovleva et al. (2011)	Liñán and Chen (2009)	Liñán et al. (2011)	Maes et al. (2014)	Maresch et al. (2016)	Roy et al. (2017)	Trivedi (2016)
น่าดึงดูดใจ (Attractive)		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
การมีโอกาสและทรัพยากร (Opportunity and resources)	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
มีความพึงพอใจ (Satisfaction)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
อาชีพที่จะเลือก (Alternative career)	✓	✓		✓	✓				✓

จากการพิจารณาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ผลดีต่อตัวเอง (Advantage to me) หมายถึง มีความรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย (Dinc & Budic, 2016; Iakovleva et al., 2011; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Roy et al., 2017; Trivedi, 2016)

2. น่าดึงดูดใจ (Attractive) หมายถึง การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ดึงดูดใจ (Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maes et al., 2014; Maresch et al., 2016; Roy et al., 2017; Trivedi, 2016)

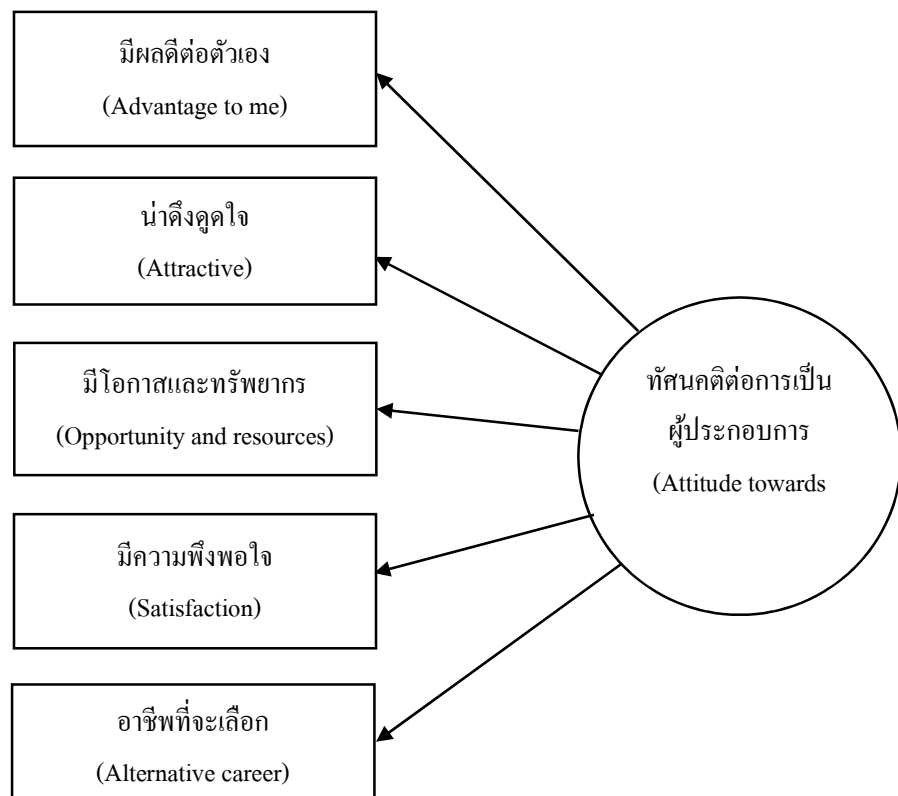
3. มีโอกาสและทรัพยากร (Opportunity and resources) หมายถึง การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีโอกาสและทรัพยากรมากกว่าอาชีพอื่น (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Roy et al., 2017; Trivedi, 2016)

4. มีความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง การเป็นผู้ประกอบการทำให้เกิดความชอบและมีความพึงพอใจ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Iakovleva et al., 2011; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Roy et al., 2017; Trivedi, 2016)

5. อาชีพที่จะเลือก (Alternative career) หมายถึง อาชีพผู้ประกอบการจะเป็นอาชีพที่เลือก (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถสรุปความหมายของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นคำนิยามเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship) หมายถึง ระดับความคิดเห็นส่วนบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรัก ความชอบซึ่งทำให้เกิดความตั้งใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ และมีการพิจารณาประเมินผลต่อการเป็นผู้ประกอบการว่ามีข้อดี (Iakovleva et al., 2011; Liñán & Chen, 2009)



ภาพประกอบที่ 2.8 องค์ประกอบของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

2.2.4.3 ความหมายและองค์ประกอบของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) หมายถึง การรับรู้แรงกดดันจากสังคมในการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม โดยเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในการกระทำพฤติกรรม โดยกลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ เพื่อน พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนชายหรือเพื่อนผู้หญิง และสมาชิกในครอบครัวคนอื่น ๆ (Ajzen, 1991) เช่นเดียวกับ Liñán and Chen (2009) ที่ได้อธิบายถึงการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้นเป็นการรับรู้แรงกดดันจากสังคมต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการรับรู้ถึงกลุ่มคนสำคัญในการเห็นด้วยเมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ โดยกลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมชั้น สอดคล้องกับ Aragon-Sanchez et al. (2017) และ Maresch et al. (2016) ที่ได้ระบุถึงกลุ่มคนสำคัญของผู้ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ได้แก่ พ่อ แม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้นเรียน ซึ่งนับว่ากลุ่มคนสำคัญนั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำต่อพฤติกรรมได้เช่นกัน รวมถึงการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเป็นการที่บุคคลมีความรู้สึกคล้อยตาม ความเชื่อของครอบครัว เพื่อนสนิท หรือบุคคลที่มีความสำคัญกับตนเองซึ่งให้ความเห็นว่าตนเองนั้นไม่ควรที่จะประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง แต่ควรที่จะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ (Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Kolvereid, 1996) และบุคคลนั้นได้ตอบสนองต่อความเชื่อของกลุ่มสำคัญเหล่านั้น โดยให้ความใส่ใจต่อความคิดเห็นของกลุ่มคนสำคัญ จึงมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ แล้วส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Kolvereid, 1996; Mueller, 2011)

องค์ประกอบของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเกิดได้จากการที่กลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครูหรืออาจารย์ และบุคคลที่ใกล้ชิด ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ให้ความเห็นด้วยและส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al, 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.4 ซึ่งได้สังเคราะห์การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

ตารางที่ 2.4 สังเคราะห์การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm)	Aragon-Sanchez et al. (2017)	Dinc and Budic (2016)	Liñán and Chen (2009)	Liñán et al. (2011)	Maresch et al. (2016)	Trivedi (2016)
พ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Parents agree that decision to create a firm)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Siblings agree that decision to entrepreneur)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Closed friends agree that decision to entrepreneur)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เพื่อนร่วมชั้นเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Colleagues agree that decision to entrepreneur)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Teacher/Lectures agree that decision to entrepreneur)						✓
บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Other near one agree that decision to entrepreneur)					✓	✓

จากการพิจารณาการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. พ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Parents agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ พ่อแม่จะเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

2. พี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Siblings agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ พี่น้องจะเห็นด้วยกับการตัดสินใจ

เป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

3. เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Closed friends agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ เพื่อนสนิทจะเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

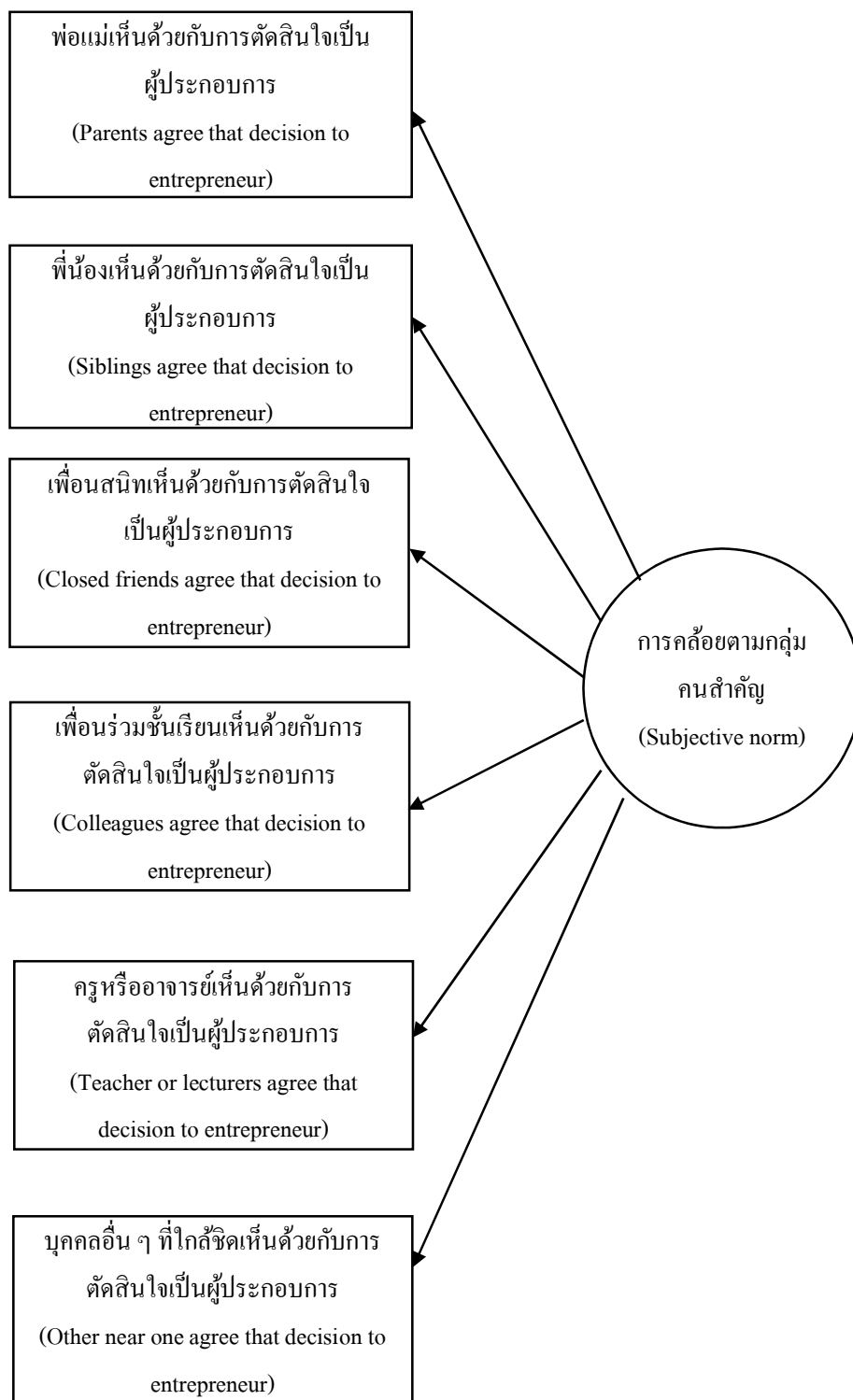
4. เพื่อนร่วมชั้นเรียนเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Colleagues agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ เพื่อนร่วมชั้นเรียนจะเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

5. ครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Teacher or lecturers agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ครูหรืออาจารย์จะเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Trivedi, 2016)

6. บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Other near one agree that decision to entrepreneur) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดจะเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Maresch et al., 2016; Trivedi, 2016)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถสรุปความหมายของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งเป็นคำนิยามเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) หมายถึง การรับรู้แรงกดดันจากสังคม โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครูหรืออาจารย์ และบุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิด ที่จะเห็นด้วยต่อการเป็นผู้ประกอบการ จึงทำให้มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Trivedi, 2016)



ภาพประกอบที่ 2.9 องค์ประกอบของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

2.2.4.4 ความหมายและองค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) หมายถึง การรับรู้ด้านความสามารถของตนเอง และการควบคุมให้เกิดพฤติกรรมขึ้น สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะกระทำ และพฤติกรรมได้ ซึ่งการที่บุคคลมีทรัพยากรและได้รับโอกาสจะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการกระทำพฤติกรรมได้ (Ajzen, 1991) โดยพิจารณาจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการว่าสามารถทำได้ง่ายหรือยาก (Kautonen et al., 2013; Kolvereid, 1996) ซึ่งจะต้องมีความรู้ที่จำเป็นต่อการเริ่มธุรกิจ มีความสามารถในการควบคุม กระบวนการสร้างธุรกิจใหม่ การเริ่มธุรกิจใหม่เป็นสิ่งที่ไม่ได้เป็นเรื่องยาก โดยสามารถเตรียมพร้อมในการเริ่มทำธุรกิจได้ มีความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ และมีความเชื่อว่าถ้ามีความพยายามในการเริ่มต้นธุรกิจจะทำให้มีโอกาที่จะประสบความสำเร็จได้สูง (Liñán & Chen, 2009) เช่นเดียวกับ Alexander and Honig (2016) ที่กล่าวถึง ผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการนั้นเกิดจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมว่า การเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ง่าย มีความรู้สึกอยากจะควบคุมสถานการณ์ด้วยตนเอง (Kautonen et al., 2015) และมีการรับรู้ว่าหากเลือกประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการจะมีโอกาที่จะประสบความสำเร็จสูง รวมถึงการที่บุคคลนั้นมีแนวคิดในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ทราบถึงรายละเอียดที่จำเป็นในการสร้างธุรกิจ และรู้ถึงโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการใหม่ ๆ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016)

องค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมประกอบด้วย การรับรู้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ง่าย (Alexander & Honig, 2016; Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) โดยสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์เพื่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ (Alexander & Honig, 2016; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) แล้วมองเห็นถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ (Alexander & Honig, 2016; Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นผู้ประกอบการ (Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) รวมถึงมีความรู้ ทักษะ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) และทราบถึงวิธีการปฏิบัติที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ

(Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016) สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.5 ซึ่งได้สังเคราะห์การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตารางที่ 2.5 สังเคราะห์การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control)	Alexander and Honig (2016)	Aragon-Sanchez et al. (2017)	Dinc and Budic (2016)	Kautonen et al. (2013)	Kautonen et al. (2015)	Liñán and Chen (2009)	Liñán et al. (2011)	Trivedi (2016)
ความง่าย (Easy)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การควบคุมสถานการณ์ (Control situation)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
โอกาสแห่งความสำเร็จ (Chances of success)	✓	✓	✓			✓	✓	✓
การเตรียมความพร้อม (Preparation)			✓			✓	✓	✓
วิธีปฏิบัติที่จำเป็น (Necessary practical)			✓	✓		✓	✓	✓
การพัฒนาธุรกิจ (Development business)			✓			✓	✓	✓

จากการพิจารณาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. ความง่าย (Easy) หมายถึง การเป็นผู้ประกอบการใหม่เป็นสิ่งที่สามารถทำได้ไม่ยาก (Alexander & Honig, 2016; Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

2. การควบคุมสถานการณ์ (Control situation) หมายถึง ความสามารถจะควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ (Alexander & Honig, 2016; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

3. โอกาสแห่งความสำเร็จ (Chances of success) หมายถึง การรับรู้ถึงโอกาสในความสำเร็จเมื่อประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Alexander & Honig, 2016; Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

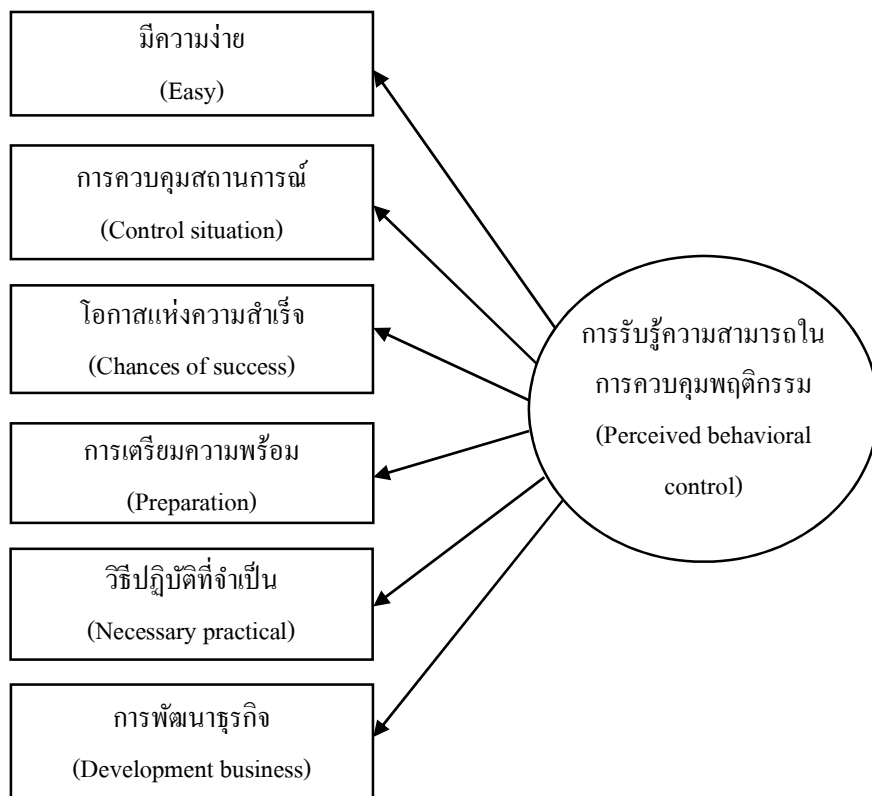
4. การเตรียมความพร้อม (Preparation) หมายถึง มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

5. วิธีปฏิบัติที่จำเป็น (Necessary practical) หมายถึง มีความรู้ ทักษะวิธีการปฏิบัติที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Liñán & Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

6. การพัฒนาธุรกิจ (Development business) หมายถึง รู้ถึงกระบวนการพัฒนาธุรกิจว่าจะต้องดำเนินการได้อย่างไร (Dinc & Budic, 2016; Kautonen et al., 2013; Liñán et al., 2011; Trivedi, 2016)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถสรุปความหมายของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นคำนิยามเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) หมายถึง การรับรู้ความง่ายหรือความยากในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมให้เกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Liñán & Chen, 2009)



ภาพประกอบที่ 2.10 องค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

2.2.5 บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

บุคลิกภาพ (Personality) มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด ความรู้สึก สามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมในแต่ละบุคคลได้ (Ajzen, 2005) ตามที่ Krueger et al. (2000) ได้กล่าวไว้ว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้ดีกว่าตัวแปรด้านภูมิหลังเฉพาะบุคคล (Background factors) อาทิเช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประสบการณ์ บุคลิกภาพ ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Ajzen, 2005; Liñán & Fayolle, 2015) ทำให้การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้ และพบอีกว่าบุคลิกภาพนั้นสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการผ่านตัวแปรด้านทัศนคติซึ่งเป็นแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรม (Krueger et al., 2000)

สำหรับบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ Chell (2008) และ Krueger (2003) ที่ได้อธิบายถึงบุคลิกภาพของบุคคลที่จะเริ่มทำธุรกิจนั้นจะต้องมีการมองโลกในแง่ดี (Optimism) ซึ่งทำ

ให้เห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจ ส่งผลต่อการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับการฟื้นคืนพลัง (Resilience) เป็นบุคลิกภาพที่ควรจะมีระดับสูงเพื่อที่จะสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และผู้ที่มีความหวัง (Hope) จะเป็นผู้ที่รับรู้ถึงโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทน รวมถึงผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) เป็นลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ทำให้สามารถรับรู้ถึงความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ โดยบุคลิกภาพด้านการมองโลกในแง่ดี การฟื้นคืนพลัง การมีความหวัง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้สอดคล้องกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Positive psychological capital) จะเป็นบุคลิกภาพที่มีลักษณะแบบสภาวะ (State-Like) ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ แตกต่างจากคุณลักษณะเฉพาะตัว (Trait-Like) ที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มีความเหมือนกันที่ไม่ใช่สภาวะที่เกิดขึ้นชั่วขณะจึงทำให้สามารถวัดประเมินค่าได้ (Luthans et al., 2007)

ทั้งนี้ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกมีความแตกต่างกับทุนมนุษย์ (Human capital) ถึงแม้จะมีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังเฉพาะบุคคลเหมือนกัน แต่ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นเป็นบุคลิกภาพที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal) ส่วนทุนมนุษย์นั้นเป็นข้อมูลของบุคคล (Informatoin) (Ajzen, 2005) ซึ่งทำให้เห็นถึงผลผลิตทางการศึกษาและการสั่งสมประสบการณ์ผ่านการทำกิจกรรมของบุคคลนั้น โดยทุนมนุษย์จะพิจารณาถึงการได้รับความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงประสบการณ์ การได้รับการฝึกปฏิบัติการ และการได้รับการอบรมเพิ่มเติม (Bird, 1988; Davidsson & Honig, 2003) ทำให้มีการสนับสนุนความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างทุนมนุษย์และการดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นยังไม่เหมาะสมเพียงพอ เพราะทุนมนุษย์นั้นสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพของบุคคลได้ แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความมุ่งมั่นที่จะทำ รวมถึงการที่บุคคลมีทุนมนุษย์ที่แตกต่างกันในด้านจำนวนของปีในการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ประสบการณ์ในการเป็นผู้จัดการ การมีประสบการณ์ในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ อาจส่งผลถึงระดับขั้นในการเป็นผู้ประกอบการที่ต่างกันในแต่ละบุคคล (Davidsson & Honig, 2003)

อีกทั้งทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและทุนทางสังคม (Social capital) มีความแตกต่างกันเช่นกัน โดยทุนทางสังคมเป็นการศึกษาภูมิหลังของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและคนรอบข้าง ซึ่งทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและเครือข่ายของบุคคล ในการสนับสนุนส่งเสริมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Atinay et al., 2012; Carr & Sequeira, 2007; Davidsson & Honig, 2003; Gurel, Altinay, & Daniele, 2010; Simpeh, 2011; Zapkau et al., 2015) และผู้ประกอบการใหม่นั้นอาจจะยังมีความสัมพันธ์ที่ยังไม่เหนียวแน่นกับเครือข่ายทางสังคม เช่น สมาคมการค้า เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันความสัมพันธ์ที่ดีจะมาจากพี่น้องหรือพ่อแม่ที่คอย

ช่วยเหลือให้สามารถดำเนินกิจกรรมในการทำธุรกิจใหม่ได้ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีทุนทางสังคมที่ดี จะได้รับจากครอบครัวที่ได้ให้ความมั่นคงและการช่วยเหลือให้เข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งในการพิจารณา ผู้ที่มีทุนทางสังคมที่ดีนั้นพิจารณาได้จากการที่พ่อแม่ทำธุรกิจ และผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจาก ครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่สนิท ในการส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการใหม่ (Davidsson & Honig, 2003)

โดยสรุปคือ การศึกษาทุนมนุษย์ทำให้รู้ว่าบุคคลนั้นมีความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมในการทำธุรกิจใหม่ได้หรือไม่ แต่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายซึ่งเป็นผู้ที่มีจำนวนปีในการศึกษาเท่ากัน และข้อมูลใน ส่วนของจำนวนปีด้านประสบการณ์ในการทำงาน ประสบการณ์ในการเป็นผู้จัดการ การมี ประสบการณ์ในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่จะยังไม่มี และเมื่อผู้วิจัยพิจารณาความหมายของทุนมนุษย์ แล้วมีความใกล้เคียงกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนทุนทาง สังคมนั้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมของกลุ่มตัวอย่างอาจจะยังไม่มีหรือมีน้อย เนื่องจาก ยังอยู่ในวัยที่กำลังศึกษา ซึ่งอาจจะมีทุนทางสังคมที่ติดมาจากการที่พ่อแม่ทำธุรกิจ หรือได้รับการ สนับสนุนส่งเสริมจากคนในครอบครัว เพื่อนสนิท ทำให้การเลือกศึกษาทุนทางสังคมอาจจะไม่ ครอบคลุมเครือข่ายของสังคม และความหมายของทุนทางสังคมที่คล้ายกับปัจจัยด้านการคล้อยตาม กลุ่มคนสำคัญของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกศึกษาทุนมนุษย์และทุนทาง สังคมเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy variable) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะสามารถตอบได้ว่ามีหรือไม่มี ด้วย การศึกษาเป็นตัวแปรควบคุม (Control variables) ผลของการวิจัยได้พบว่า ภูมิหลังทางการศึกษาใน การมีประสบการณ์ทางธุรกิจมาก่อน และภูมิหลังทางสังคมในการที่มีครอบครัวทำธุรกิจยังไม่มี นัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016; Henley, Contreras, Espinosa, & Barbosa, 2017; Iakovleva et al., 2011; Pfeifer, Šarlija, & Zekić Sušac, 2016)

งานวิจัยนี้จึงมีความสนใจศึกษาบุคลิกภาพที่สามารถพัฒนาได้ จึงทำให้สนใจ ปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Luthans, 2002; Luthans & Youssef-Morgan, 2017; Newman et al., 2014) ซึ่งมีความสอดคล้องกับความตั้งใจของผู้วิจัยที่จะใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้จากผล วิจัยในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ และ Krueger (2003) ได้กล่าวถึง บุคลิกภาพ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) ซึ่งเป็นบุคลิกลักษณะที่ผู้ประกอบการที่ มีความสำคัญเพราะจะต้องอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องมีการตัดสินใจ ส่วนปัจจัยแนวโน้มของการ ชอบความเสี่ยงเป็นบุคลิกภาพที่ควรศึกษา เพราะการเป็นผู้ประกอบการจะต้องพบกับความเสี่ยงใน การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ (Shane & Venkataraman, 2000; Wennekers & Thurik, 1999; สุชาติ ไตรภพสกุล และสหทัย ชูชาติพงษ์, 2557) ดังนั้นบุคลิกภาพของการเป็นผู้ประกอบการที่

ศึกษาในครั้งนี้คือ ทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายความหมายและองค์ประกอบโดยละเอียดดังนี้

2.2.5.1 ความหมายและองค์ประกอบของทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวก

ทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวก (Positive psychological capital) หมายถึง สภาวะจิตวิทยา ด้านบวกส่วนบุคคลที่สามารถพัฒนาได้ ประกอบด้วย 4 ลักษณะ ได้แก่ ความหวัง (Hope) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) การฟื้นพลัง (Resilience) ส่วนบุคคลที่ทำให้รู้ว่าบุคคลมีลักษณะอย่างไร ซึ่งการที่บุคคลมีทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวกเป็นสภาวะทางจิตใจในทางบวกในการมีความเชื่อมั่นในการนำตนเองไปสู่ความสำเร็จ โดยอธิบายความหมายของแต่ละปัจจัยของทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวกได้ดังนี้

ความหวัง (Hope) หมายถึง ผู้ที่มีแรงจูงใจทางบวกที่จะทำให้รู้สึกถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นจากการที่มีความรู้สึกถึงการมีพลังที่จะทำตามเป้าหมายที่กำหนด และมีกระบวนการวางแผนเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมาย และเมื่อมีเหตุจำเป็นที่ต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการยังคงมีความหวังที่จะสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ (Avey, Reichard, Luthans, & Mhatre 2011; Luthans, Luthans, & Luthans, 2004; Luthans et al., 2007; Snyder, Irving, & Anderson, 1991)

การมองโลกในแง่ดี (Optimism) หมายถึง ผู้ที่มองเรื่องอุปสรรค ปัญหาต่าง ๆ เป็นสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว และมีมุมมองถึงตนเองในด้านดีเสมอ ตรงกันข้ามกับผู้ที่มองโลกในแง่ร้ายจะมองว่าเหตุการณ์ที่เป็นอุปสรรคจะเกิดขึ้นอย่างถาวร และมีมุมมองถึงตนเองในแง่ลบ การที่บุคคลมีการมองโลกในแง่ดีจะช่วยให้เกิดผลกระทบทางบวกกับสิ่งที่ปรารถนาที่จะกระทำ และเป็นผู้ที่มองถึงด้านบวกในความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Avey et al., 2011; Luthans et al., 2004; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)

การฟื้นคืนพลัง (Resilience) หมายถึง ผู้ที่สามารถเริ่มต้นใหม่ได้เมื่อเจออุปสรรค และสามารถปรับเปลี่ยนเมื่อจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากความไม่แน่นอน อุปสรรค ความล้มเหลวสามารถที่จะเริ่มใหม่เพื่อที่จะไปสู่ความสำเร็จ (Avey et al., 2011; Luthans et al., 2004; Luthans et al., 2007; Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) และสามารถที่จะหาทางออกได้เมื่อเกิดความล้มเหลวโดยมีความเชื่อว่าจะสามารถผ่านอุปสรรคที่ยาก และเชื่อว่าสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ (Sinclair & Wallston, 2004)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) หมายถึง ผู้ที่มีความมั่นใจ (Confidence) เกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ซึ่งทำให้มีแรงจูงใจที่จะทำงานอย่างมั่นใจ (Avey et

al., 2011) รวมถึงมีความเชื่อว่าสามารถควบคุมและทำสิ่งที่ยากได้สำเร็จ ยังสามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรม (Bandura, 1977; Luthans et al., 2004) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความมั่นใจที่จะดำเนินการและมีความพยายามที่จะทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ (Luthans, Youssef, et al., 2007)

สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.6 ซึ่งได้สังเคราะห์ทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก

ตารางที่ 2.6 สังเคราะห์ทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก

ทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก (Positive psychological capital)	Drnovšek et al. (2012)	Hlatywayo et al. (2017)	Jin (2017)	Luthans et al. (2007)
ความหวัง (Hope)				
มีหลายหนทางในการทำธุรกิจใหม่ (Many ways to do new business)	✓	✓	✓	✓
การมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม (Seeing successful of preparation)	✓	✓		✓
เมื่อมีอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ (Obstacles always be a way out)	✓	✓		✓
การพบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ (Meeting goal to do new business)	✓	✓	✓	✓
การมองโลกในแง่ดี (Optimism)				
มองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต (Optimistic always happen in the future)	✓	✓	✓	✓
มองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ (Look on the bright side of doing business)	✓	✓	✓	✓
การฟื้นคืนพลัง (Resilience)				
เป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง (On my own to prepare doing business)	✓			✓
การไม่เครียดเมื่อต้องทำธุรกิจ (Unstressful to do business)	✓		✓	✓
สามารถผ่านช่วงที่ยากไปได้เพราะมีประสบการณ์ที่ยากกว่านี้มาก่อน (Though difficult because have experience difficulty before)	✓	✓		✓
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)				
การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ (Developing business idea)	✓	✓		✓
การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น (Presenting the business idea to other)	✓	✓		✓
สามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือนในวิสัยทัศน์ (Convincing my vision to other)	✓	✓		✓

จากการพิจารณาทุนทางจิตวิทยาส่วนบุคคล สามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. มีหลายหนทางในการทำธุรกิจใหม่ (Many ways to do new business) หมายถึง การที่มีวิธีการในการเป็นผู้ประกอบการได้หลายหลายวิธี (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017; Luthans et al., 2007)

2. การมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม (Seeing Ssuccessful of preparation) หมายถึง การเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ และรับรู้ได้ถึงความสำเร็จในอนาคต (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007)

3. เมื่อมีอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ (Obstacles always be a way out) หมายถึง เมื่อพบอุปสรรคแล้วมองว่าจะสามารถหาทางออกได้เสมอ (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007)

4. การพบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ (Meeting goal to do new business) หมายถึง มีการตั้งเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017; Luthans et al., 2007)

5. การมองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต (Optimistics always happen in the future) หมายถึง การที่จะมีมุมมองในแง่ดีเสมอไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นในอนาคต (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017; Luthans et al., 2007)

6. การมองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ (Look on the Bbright side of doing business) หมายถึง มีมุมมองถึงการเป็นผู้ประกอบการในด้านดีเสมอ (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017; Luthans et al., 2007)

7. การเป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง (On my own to prepare doing business) หมายถึง สามารถเริ่มทำธุรกิจด้วยตัวเอง ตั้งแต่กระบวนการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการ (Drnovšek et al., 2012; Luthans et al., 2007)

8. การที่ไม่เครียดเมื่อต้องทำธุรกิจ (Unstressful to do business) หมายถึง หากเป็นผู้ประกอบการจะไม่มี ความเครียดในการทำธุรกิจ (Drnovšek et al., 2012; Jin, 2017; Luthans et al., 2007)

9. ความสามารถผ่านช่วงที่ยากไปได้ (Though difficult because have experience difficulty before) หมายถึง การที่จะต้องผ่านอุปสรรคความยากลำบากแล้วเชื่อว่าจะสามารถทำได้ เพราะมีประสบการณ์ที่ยากกว่านี้มาก่อน (Drnovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007; Sinclair & Wallston, 2004)

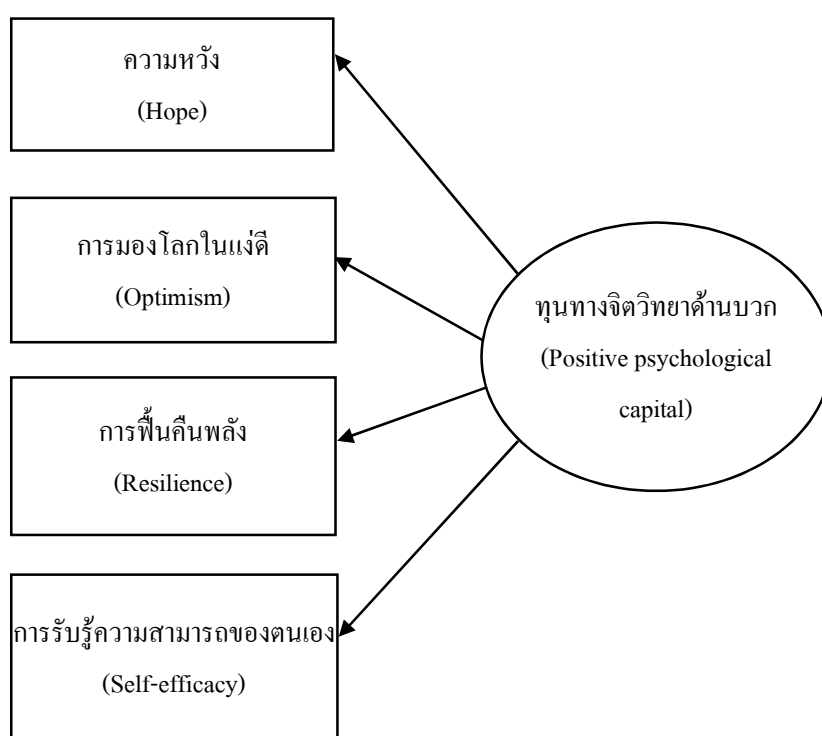
10. การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ (Developing business idea) หมายถึง มีการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการพัฒนาแนวคิดในการทำธุรกิจ (Drmovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007)

11. การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น (Presenting business idea to other) หมายถึง มีความสามารถที่จะนำเสนอแนวคิดในการทำธุรกิจแก่ผู้อื่น (Drmovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007)

12. สามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือในวิสัยทัศน์ (Convincing my vision to other) หมายถึง สามารถทำให้ผู้อื่นเกิดความเชื่อถือในวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจได้ (Drmovšek et al., 2012; Hlatywayo et al., 2017; Luthans et al., 2007)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก ทำให้สามารถสรุปความหมายของทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก เป็นค่านิยมเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

ทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก (Positive psychological capital) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความหวังส่งผลให้มีพลังใจที่จะทำได้ตามเป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ มีการมองโลกในแง่ดีว่าจะมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นเสมอ สามารถฟื้นคืนพลังเมื่อเจอเหตุการณ์ความล้มเหลวก็จะเริ่มต้นใหม่ได้ รวมถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีความมั่นใจต่อตนเองในการประสบความสำเร็จ (Luthans et al., 2007)



ภาพประกอบที่ 2.11 องค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก

2.2.5.2 ความหมายและองค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) หมายถึง การที่บุคคลยอมรับความเป็นไปได้ในความสำเร็จของสถานการณ์ที่ต้องการได้เช่นเดียวกับความล้มเหลวที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญหน้าเมื่อตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ (Brockhaus, 1980) โดยแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นเป็นบุคลิกส่วนบุคคลอย่างหนึ่งของผู้ที่มีความคิดในการสร้างธุรกิจใหม่ และมีความสำคัญต่อระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Luthje & Franke, 2003) ซึ่งแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเป็นหนึ่งในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และบุคลิกลักษณะทางจิตวิทยา โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ได้แก่ ผู้มีนวัตกรรม (Innovativeness) ผู้ที่ทำงานเชิงรุก (Proactiveness) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) ความต้องการอิสระ (Autonomy) ความก้าวร้าวทางการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) (Lumpkin & Dess, 1996) และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงยังจัดอยู่ในบุคลิกลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological characteristics) ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับอำนาจการควบคุม (Locus of control) บุคลิกภาพแบบชอบความเสี่ยง (Propensity to risk) บุคลิกภาพแบบมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ความสามารถอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance of ambiguity) ผู้ที่มีนวัตกรรม (Innovativeness) (Ferreira et al., 2012; Luthje & Franke, 2003)

ความเชื่อที่ส่งผลต่อทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ และส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการหรือเป็นบุคลิกทางจิตวิทยาเฉพาะบุคคล (Douglas & Shepherd, 2000) ซึ่งมีความเห็นว่าการทำธุรกิจใหม่มีความเสี่ยง แต่ธุรกิจสามารถแสวงหาโอกาสในการเริ่มธุรกิจใหม่ได้ และมีความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจใหม่แล้วไม่สำเร็จนั้นมีสูง แต่การเลือกอาชีพที่ไม่เป็นเจ้าของธุรกิจนั้นเป็นการเสียโอกาสในการได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน โดยการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง จะมีความกล้าที่จะทำสิ่งใหม่ในแนวทางใหม่โดยไม่กังวลถึงความเสี่ยง รวมถึงมีมุมมองถึงความเสี่ยงว่าเป็นโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Padilla-Meléndez, Fernández-Gámez, & Molina-Gómez, 2014; Robinson & Stubberud, 2014; Wu, 2009) ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงได้จากตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 สัมเคราะห์แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity)	Bolton and Lane (2012)	Koe (2016)	Luthje and Franke (2003)	Padilla-Meléndez et al. (2014)	Robinson and Stubberud (2014)	Wu (2009)
กล้าได้กล้าเสีย (Act boldly)	✓	✓		✓	✓	✓
ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง (Invest for a high return)	✓	✓		✓	✓	✓
กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ (Bold action by unknown)	✓	✓		✓	✓	✓
การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ (Like to use new method)			✓			
กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ (Bold to do new thing)			✓			
การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย (Ever made a challenge)			✓			

จากการพิจารณาแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. กล้าได้กล้าเสีย (Act boldly) หมายถึง การที่มีความเสี่ยงสูง ทำให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงเช่นเดียวกัน แต่ทั้งนี้ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับโอกาสในการทำธุรกิจ (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Padilla-Meléndez et al., 2014; Robinson & Stubberud, 2014; Wu, 2009)

2. ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง (Invest for a high return) หมายถึง มีความคิดว่าการที่เป็นผู้ประกอบการถึงแม้จะมีความเสี่ยงแต่มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูง (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Padilla-Meléndez et al., 2014; Robinson & Stubberud, 2014; Wu, 2009)

3. กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ (Bold action by unknown) หมายถึง การที่มีความกล้าในการทำธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถรับรองรายได้ที่แน่นอนได้ (Bolton & Lane, 2012; Koe, 2016; Padilla-Meléndez et al., 2014; Robinson & Stubberud, 2014; Wu, 2009)

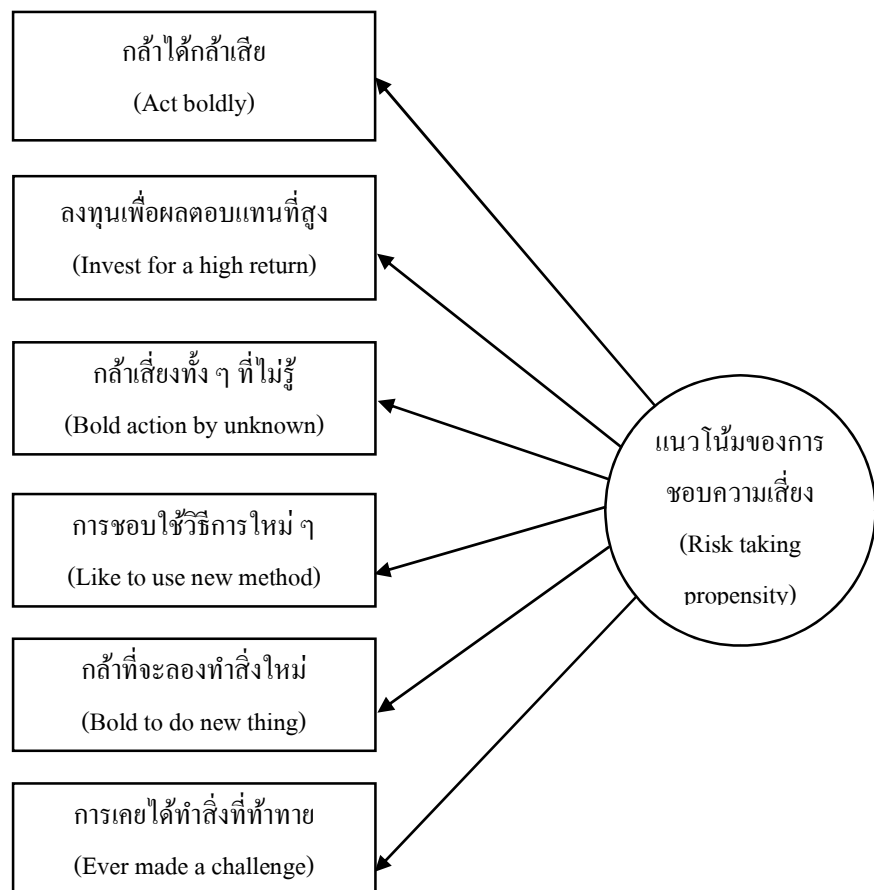
4. การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ (Like to use new method) หมายถึง การที่มักจะใช้วิธีการใหม่ ๆ (Luthje & Franke, 2003)

5. กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ (Bold to do new thing) หมายถึง ฉันทชอบที่จะทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ เช่น ลองทานอาหารแปลกใหม่ ไปในสถานที่ใหม่ ๆ (Luthje & Franke, 2003)

6. การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย (Ever made a challenge) หมายถึง ในช่วงเวลาเดือนที่ผ่านมา เคยได้ทำสิ่งที่ท้าทายมาก่อน (Luthje & Franke, 2003)

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถสรุปความหมายของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง เป็นค่านิยมเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Risk taking propensity) หมายถึง บุคลิกภาพที่มีความชอบในความเสี่ยง มีความกล้าได้กล้าเสียในการลงทุนทั้งที่ไม่ทราบถึงผลตอบแทนที่แน่นอน สามารถที่จะลงทุนทำธุรกิจได้ถึงแม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน และมีความกล้าที่จะลงทำอะไรใหม่ ๆ (Bolton & Lane, 2012; Luthje & Franke, 2003)



ภาพประกอบที่ 2.12 องค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐาน

2.3.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในครั้งนี้ โดยการใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการศึกษา ซึ่งมีทั้งศึกษาเฉพาะ 3 ปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ รวมถึงยังพบการศึกษาในตัวแปรบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถพิจารณา ดังนี้

2.3.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาเฉพาะ 3 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016; Basu, 2010; Chowdhury et al., 2012; Hulsink & Rauch, 2010; Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2013; Kim-Soon et al., 2016; Leffel & Darling, 2009; Leroy et al., 2009; Maes et al., 2014; Santos et al., 2016; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Wu & Wu, 2008; Zapkau et al., 2015; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา, 2559) สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม		ประเทศ
	EA	SN	PBC	EI	B	
Alexander and Honig (2016)	S (2)	NS	S (1)	/ 0.41	-	เคนย่า
Basu (2010)	S (1)	S (2)	S (3)	/ 0.36	-	อเมริกา
Chowdhury et al. (2012)	S (2)	NS	S (1)	/ 0.61	-	มาเลเซีย

ตารางที่ 2.8 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม		ประเทศ
	EA	SN	PBC	EI	B	
Hulsink and Rauch (2010)	S	NS	NS	/		เนเธอร์แลนด์
				0.82		
	S	NS	NS	/		
				0.64		
	NS	NS	NS	/	/	
					0.39	
Iakovleva et al. (2011)	S	S	S	/	-	5 ประเทศกำลังพัฒนา และ 8 ประเทศพัฒนาแล้ว
	(1)	(3)	(2)	0.65		
Kautonen et al. (2013)	S	S	S	/	/	ฟินแลนด์
	(2)	(3)	(1)	0.41	0.39	
Kim-Soon et al. (2016)	S	S	NS	/	-	มาเลเซีย
	(1)	(2)	(3)	0.42		
Leffel and Darling (2009)	NS	S	S	/	-	อเมริกา
		(2)	(1)	0.24		
Leroy et al. (2009)	S	S	S	/	-	เบลเยียม
	(1)	(3)	(2)	0.44		
Maes et al. (2014)	S	-	S	/	-	เบลเยียม
	(1)		(2)	0.60		
Santos et al. (2016)	S	NS	S	/	-	อังกฤษและสเปน
	(1)		(2)	0.66		
Solesvik (2013)	S	S	S	/	-	ยูเครน
	(1)	(2)	(2)	0.58		
Van Gelderen et al. (2008)	S	S	S	/	-	เนเธอร์แลนด์
	(1)	(2)	(3)	0.38		
Wu and Wu (2008)	S	S	S	/	-	จีน
	(1)	(3)	(2)	0.58		
มารยาท โยทองยศ และ ทรงวาด สุขทองมา (2559)	S	NS	S	/	-	ไทย
	(1)		(2)	0.49		

หมายเหตุ; EA = ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ, SN = การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ, PBC = การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, EI = ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ, B = การเป็นผู้ประกอบการ, S = มีนัยสำคัญทางสถิติ, NS = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, (1) = ส่งอิทธิพลได้มากที่สุด, (2) = ส่งอิทธิพลได้อันดับที่สอง, (3) = ส่งอิทธิพลได้น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2.8 ทำให้สามารถพิจารณาได้ว่า มีนักวิชาการจำนวนหนึ่งที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เช่น งานวิจัยของ Alexander and Honig (2016) ได้ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มคนพื้นเมืองแอฟริกาในประเทศเคนย่า เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถใช้อธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มคนพื้นเมืองแต่ละกลุ่มสามารถทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญไม่มีนัยสำคัญต่อการทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทั้งสามปัจจัยสามารถอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 41 ผลของการศึกษานี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสนใจในการส่งเสริมให้นักศึกษาได้เป็นผู้ประกอบการ ทำให้เห็นว่าทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการทางบวก และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการรับรู้ความสามารถของตนเอง รวมถึงความสามารถในการควบคุมเป็นตัวแปรที่สำคัญในการใช้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจใหม่ของนักศึกษา เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Chowdhury et al. (2012) ศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการซึ่งได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับนักศึกษาหญิง ชั้นปีสุดท้าย ระดับปริญญาโท และปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยอุดรตระ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นนักศึกษานานาชาติ โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มาจากประเทศในเอเชียและแอฟริกา ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานเฉลี่ยอย่างน้อย 1.5 ปี แต่แตกต่างกันที่ความสามารถในการร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 61 ซึ่งองค์ประกอบในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถใช้พัฒนาเพื่อขับเคลื่อนให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้

ยังมีการศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ Santos et al. (2016) ที่ศึกษากับนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ ชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยในประเทศอังกฤษและสเปน ซึ่งศึกษาปัจจัยด้านตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ พิจารณาจากความพร้อม ความพยายาม การตัดสินใจ และมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถเกิดจากทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นอาชีพส่งผลดีมากกว่าผลเสีย ทำให้มีความพอใจหากบุคคลนั้นได้เป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นอาชีพเลือกทำ สำหรับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้น พิจารณาได้จากเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน มีส่วนช่วยตัดสินใจให้เลือกเป็นผู้ประกอบการ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถเกิดได้จากการที่บุคคลนั้นมีความรู้ การรับรู้ถึงโอกาสในความสำเร็จ ความสามารถในการควบคุมทุกกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ จึงทำให้มองว่าการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เป็นสิ่งที่ยากสำหรับบุคคลนั้น ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิดต่อการ

เป็นผู้ประกอบการ ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และทั้งสามปัจจัยในพฤติกรรมตามแผนสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 68.5 ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของมารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา (2559) ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยพิจารณาถึงปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนบรรทัดฐานทางสังคมไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ ซึ่งทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 49 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาควรจัดกิจกรรมหรือโครงการให้ผู้ที่ใกล้ชิดกับนักศึกษา เช่น ครอบครัวในการให้การสนับสนุนแนวคิดของนักศึกษาที่มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ และควรส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานไม่เอาัดเอาเปรียบสังคม เพื่อทำให้เพิ่มทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการได้มากขึ้น

สำหรับการศึกษาของ Basu (2010) ที่ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับนักศึกษาที่เรียนรายวิชาการธุรกิจของมหาวิทยาลัยซานโจสเททในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย เพราะเป็นนักศึกษาที่มาจากหลายประเทศ เช่น อเมริกา เวียดนาม อินเดีย จีน เม็กซิโก อิหร่าน เป็นต้น ซึ่งมีพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 36 โดยการศึกษาพยายามในการทำธุรกิจได้รับการเชื่อมโยงจากการที่มีทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญที่มีความพอใจในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้การที่นักศึกษาได้รับประสบการณ์ทางตรงจากการเป็นได้เริ่มทำธุรกิจช่วยให้เกิดความพึงพอใจที่มีผลต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และมีความมั่นใจในการใช้ความสามารถในการมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลการศึกษาเช่นเดียวกับ Van Gelderen et al. (2008) ได้ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยในประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งใช้การศึกษาด้วยวิธีการศึกษาผสมผสานวิธี ในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory sequential design) โดยเริ่มต้นด้วยการวิจัยเชิง

คุณภาพเพื่อหาค่าประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะนำร่อง (Pilot study) กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจจากสองมหาวิทยาลัยใน อัมเตอร์ดัม เป็นคำถามปลายเปิดในปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ทำให้อาชีพการเป็นผู้ประกอบการมีความน่าสนใจคือ ความเป็นอิสระและความท้าทาย ส่วนปัจจัยที่ทำให้อาชีพการเป็นผู้ประกอบการไม่น่าดึงดูดใจคือ การขาดเสถียรภาพทางการเงิน และภาระงานที่มาก ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลเชิงคุณภาพแล้วดำเนินการ ทดสอบผลการศึกษาอีกครั้งด้วยการวิจัยเชิงปริมาณกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหาร ธุรกิจของมหาวิทยาลัยในประเทศเนเธอร์แลนด์กับสี่มหาวิทยาลัย โดยสามารถใช้ปัจจัยในทฤษฎี พฤติกรรมตามแผนสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 38

ส่วนการศึกษา Iakovleva et al. (2011) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมตามแผนที่ใช้ ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในประเทศกำลังพัฒนา 5 ประเทศ เช่น รัสเซีย บราซิล ยูเครน เป็นต้น และประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ฝรั่งเศส สเปน เยอรมนี เป็นต้น โดยมีกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะ เป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญตามลำดับ และทั้งสามปัจจัยทั้งในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลัง พัฒนาสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 65 โดยเมื่อพิจารณา ประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งสามปัจจัยจะสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการร้อยละ 62 มากกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 59 โดยอิทธิพลของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเป็นแรงจูงใจที่ จะกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ต้องการเริ่มต้นทำธุรกิจ ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Leroy et al. (2009) ที่ได้ ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของหลักสูตร บริหารธุรกิจในมหาวิทยาลัยประเทศเบลเยียม ทั้ง 3 ปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถ ร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 44 โดยเมื่อพิจารณาถึงการคล้อยตาม กลุ่มคนสำคัญทำให้พบว่า เพศหญิงนั้นมีแนวโน้มในการรับความกดดันทางสังคมมากกว่าเพศชาย และงานวิจัยนี้ทำให้ทราบว่าเพศชายมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพราะการเป็น ผู้ประกอบการทำให้มีฐานะทางการเงิน และได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ แตกต่างกับเพศหญิงที่มี ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพราะสามารถรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการ จัดตั้งธุรกิจ โดยมองเห็นถึงความสามารถของตนเองและรู้วิธีการปฏิบัติที่มีความจำเป็นต่อการเป็น ผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถใช้ผลการวิจัยนี้ในการส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น และได้ผลการศึกษาเช่นเดียวกับ Wu and Wu (2008) ที่ได้ศึกษาถึงความตั้งใจ

ที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง ระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา ของมหาวิทยาลัยตั้งในเมืองเชียงใหม่ ประเทศจีน แตกต่างกันว่าทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 58 และเมื่อพิจารณาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง ระดับปริญญาตรี มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง ระดับปริญญาตรีสูงกว่านักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งผลการศึกษานำไปใช้ในการกำหนดนโยบายเพื่อทำให้นักศึกษาเกิดแรงจูงใจและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

และงานวิจัยของ Maes et al. (2014) ศึกษาพฤติกรรมตามแผนกับนักศึกษาหลักสูตรด้านบริหารธุรกิจพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 60 ซึ่งเมื่อพิจารณาพบว่า การมีความรู้และทราบถึงวิธีการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการ และการทราบถึงโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการแล้วจะประสบความสำเร็จ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งได้ผลการวิจัยเช่นเดียวกับ Solesvik (2013) ที่ได้ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจของสามมหาวิทยาลัยในจังหวัดหนึ่งของประเทศยูเครน โดยปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ไม่ต่างกันมากอยู่ที่ร้อยละ 58 และงานวิจัยนี้ทำให้เห็นว่ามึ่นักศึกษาจำนวนมากที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จึงเสนอแนะว่าประเทศยูเครนควรที่จะเพิ่มรายวิชาที่ศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ และควรมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติมากขึ้น เพื่อให้ นักศึกษามีประสบการณ์สามารถเรียนรู้วิธีการเริ่มต้นทำธุรกิจและการบริหารจัดการธุรกิจใหม่ได้

ส่วนการศึกษาที่ศึกษาจนถึงการเกิดพฤติกรรมจริง มีงานวิจัยของ Kautonen et al. (2013) ที่ได้ศึกษาถึง การทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่อทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Startup) 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงแรกในปี 2006 และช่วงที่สองปี 2009 สำหรับช่วงแรกศึกษาถึงปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) ไปยังประชากรที่อยู่ใน 3 จังหวัดทางตะวันออกของประเทศฟินแลนด์ที่อายุ 18-64 ปี และได้รับการตอบกลับจำนวน 992 คน ส่วนระยะที่สองนั้น ศึกษาถึงปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม

พฤติกรรมเพื่อใช้ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งในการศึกษาปัจจัยในพฤติกรรมตามแผนได้ใช้คำถามเหมือนในช่วงแรก แต่มีการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะพิจารณาจากพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง โดยศึกษาถึงสถานะของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ยังไม่ได้เริ่มธุรกิจ การอยู่ระหว่างกระบวนการคิด การวางแผน และได้เริ่มธุรกิจมาแล้ว 3 ปี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเดิมที่ให้ข้อมูลติดต่อและเป็นผู้ที่ยังไม่เป็นผู้ประกอบการในช่วงแรก ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาในช่วงที่สองจำนวน 117 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในช่วงที่สองมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าช่วงแรก และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งทั้งสามปัจจัยสามารถทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 41 ส่วนความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถทำนายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงได้ร้อยละ 39 ซึ่งการวิจัยนี้ทำให้สามารถสนับสนุนในการใช้ทั้ง 3 ปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยสามารถใช้ผลการวิจัยนี้ในการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญให้แก่ผู้ที่มีความคิดริเริ่มเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการเพิ่มแรงจูงใจให้เป็นผู้ประกอบการ และควรออกแบบการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการให้ผู้เรียนสามารถเพิ่มการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งได้ศึกษาไปจนกระทั่งเกิดเป็นพฤติกรรม

เช่นเดียวกับการศึกษาของ Hulsink and Rauch (2010) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจใหม่ และหลักสูตรการจัดการห่วงโซ่อุปทานของมหาวิทยาลัยในเนเธอร์แลนด์ ใช้การศึกษาในลักษณะก่อนหลัง (Pre-Post) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงหลังจากได้ศึกษาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ โดยงานวิจัยนี้ดำเนินการศึกษาสามระยะคือ ระยะแรกศึกษาตอนเริ่มเรียนหลักสูตร ระยะที่สองศึกษาเมื่อสำเร็จหลักสูตร ระยะที่สามศึกษาสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตร 1 ปี แล้วประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ โดยในระยะแรกและระยะที่สองได้ผลการศึกษาที่เหมือนกันซึ่งพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ส่วนการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ และปัจจัยทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระยะแรกได้ร้อยละ 82.8 ส่วนระยะที่สองสามารถอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเมื่อสำเร็จการศึกษาได้ร้อยละ 64.2 และระยะที่สามปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคน

สำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ และหลังจากสำเร็จการศึกษา 1 ปี มีกลุ่มตัวอย่างในระยะแรกและระยะที่สองได้ดำเนินการจัดตั้งธุรกิจใหม่จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 39 นอกจากนี้งานวิจัยนี้อธิบายว่าการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการนั้นมามีอิทธิพลจากทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การให้นักศึกษาเรียนรู้ถึงผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จะทำให้นักศึกษาเกิดแรงบันดาลใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ควรมีการเพิ่มการรับรู้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีความคุ้มค่าและน่าพอใจ เป็นต้น

รวมถึง Kim-Soon et al. (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมตามแผนกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมามีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 42 ในการศึกษานี้ได้สนับสนุนคนรุ่นใหม่ที่มีความจริงจังในการเริ่มต้นและเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยการใช้กลยุทธ์การสอนที่ทำให้ผู้เรียนมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และทำให้ผู้เรียนได้ทราบถึงการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อปลูกฝังให้มีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งได้ผลการศึกษาต่างกับ Leffel and Darling (2009) ที่ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อใช้ทำนายการเลือกประกอบอาชีพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์เวย์ ประเทศนอร์เวย์ โดยปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากที่สุด ส่วนทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลมายังความตั้งใจที่จะเลือกอาชีพผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาเหมือนกันที่การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญสามารถส่งอิทธิพลเป็นลำดับสอง ทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 24 โดยได้เสนอแนะในการเพิ่มความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นต้องอยู่ในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ และควรมีเวทีให้นักศึกษาได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

2.3.1.2 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยยังพบว่า มีนักวิชาการที่ศึกษาทั้ง 3 ปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เพื่อศึกษาอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างเช่น ทูนาทางจิตวิทยาค้านบวก (Hlatywayo et al., 2017) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Awang et al., 2016; Dohse & Walter, 2010)บุคลิกลักษณะทางจิตวิทยา (Ferreira et al., 2012; Fini et al., 2012; Kusmintarti et al., 2014) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Koe, 2016; Singh et al., 2016; Walter, Parboteeah, & Walter, 2013) ทูนาทางสังคม (Arrighetti, Caricati, Landini, & Monacelli, 2016; Gurel et al., 2010) และทุนมนุษย์ (Aragon-Sanchez et al., 2017) เป็นต้น สามารถพิจารณาสรุปผลการทบทวนวรรณกรรมและการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ได้ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ										ตัวแปรตาม	ประเทศ
	EA	SN	PBC	PsyCap	RT	PC	EO	HC	SC	EI		
Aragon-Sanchez et al. (2017)	S (2)	S (3)	S (1)	-	-	-	-	S		/	-	สเปน
Awang et al. (2016)	S (2)	S (3)	S (1)	-	S	-	S	-	-	/	-	มาเลเซีย
Dohse and Walter (2010)	S (1)	S (3)	S (2)	-	S	-	-	NS	S	/	-	เยอรมนี 0.43
Feder and Nitu-Antonie (2017)	S (1)	S (3)	S (2)	-	-	-	-	S	S	/	-	เยอรมนี 0.52
Fini et al. (2012)	S (1)	NS	S (2)	-	S	-	-	-	-	/	-	อิตาลี 0.26
Gird and Bagraim (2008)	S (1)	S (3)	S (2)	-	-	S	-	-	-	/	-	แอฟริกาใต้ 0.28
Hlatywayo et al. (2017)	S (1)	-	S (2)	S	-	-	-	-	-	/	-	แอฟริกาใต้ 0.39

ตารางที่ 2.9 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ								ตัวแปรตาม		ประเทศ	
	EA	SN	PBC	PsyCap	RT	PC	EO	HC	SC	EI		B
Kautonen et al. (2015)	S (2)	S (1)	S (3)	-	-	-	-	-	-	/	/	ออสเตรียและ ฟินแลนด์
Liñán and Chen (2009)	S (1)	NS	S (2)	-	-	-	-	S	-	/	-	สเปน และ ไต้หวัน
Mueller (2011)	S (2)	S (3)	S (1)	-	-	-	-	-	S	/	-	ออสเตรเลีย เยอรมนี ลีกเตน สวิตเซอร์ แลนด์
Nabi and Liñán (2013)	S (1)	-	S (2)	-	-	-	-	-	S	/	-	สเปน และอังกฤษ
Zapkau et al. (2015)	S (3)	S (2)	S (1)	-	-	-	-	S	S	/	-	เยอรมนี
ประจักษ์ ปฏิทัศน์ (2560)	S (2)	S (3)	S (1)	-	-	-	-	-	-	-	-	ไทย
พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ (2555)	NS	NS	-	-	-	-	-	S	-	/	-	ไทย

หมายเหตุ; EA = ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ, SN = การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ, PBC = การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, PsyCap = ทักษะจิตวิทยาต้านบวก, RT = แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง, Other = ปัจจัยอื่น ๆ, EO = คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ, HC = ทักษะมนุษย์, SC = ทักษะสังคม, PC = บุคลิกภาพทางจิตวิทยา, OP = การรับรู้อุปสรรค, EI = ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ, B = การเป็นผู้ประกอบการ, S = มีนัยสำคัญทางสถิติ, NS = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, (1) = ส่งอิทธิพลได้มากที่สุด, (2) = ส่งอิทธิพลได้อันดับที่สอง, (3) = ส่งอิทธิพลได้น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2.9 ทำให้เห็นว่า มีงานวิจัยอีกหลายงานที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น การศึกษาของ Awang et al. (2016) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐในประเทศมาเลเซียพบว่า ปัจจัยด้านการ

รับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งยังพบว่า ปัจจัยแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลไปยังปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้ ซึ่งการศึกษานี้ทำให้มีความมั่นใจในเรื่องของการเป็นผู้ประกอบการใหม่นั้นต้องได้รับการสนับสนุนจากทั้งมหาวิทยาลัย ครอบครัวยุเพื่อน ในการให้ความสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงมหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการในด้านคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยควรจะสนับสนุนผ่านการฝึกอบรม เพื่อให้เสริมสร้างความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ดียิ่งขึ้น

เช่นเดียวกับ Dohse and Walter (2010) ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการ ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มหาวิทยาลัยในประเทศเยอรมนี โดยการศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพหุระดับเพื่อศึกษาระดับองค์กรและระดับบุคคล โดยในระดับบุคคลที่ศึกษาถึงปัจจัยด้านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความต้องการความเป็นอิสระ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง แบบอย่าง ประสิทธิภาพการทำงาน การรับรู้ถึงโอกาส ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยในพฤติกรรมตามแผนทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 43 นอกจากนี้ยังพบว่ามีเฉพาะบุคลิกส่วนบุคคลด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สอดคล้องกับ Fimi et al. (2012) ได้ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของผู้จัดการ และผู้บริหารทางด้านนโยบาย ซึ่งเป็นผู้ที่ทำงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ในประเทศอิตาลี ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 26 โดยผลของการศึกษานี้ยังพบว่า บุคลิกภาพที่จะทำให้เรามีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นนั้นคือ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง และการรับรู้ความสามารถ

ของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งจะต้องทำให้เกิดการรับรู้เพื่อที่จะได้มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Hlatywayo et al. (2017) ที่ได้ศึกษาทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกพร้อมกับปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาบริหารธุรกิจชั้นปีสุดท้าย ซึ่งพบถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก โดยการฟื้นคืนพลัง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูง ส่วนผู้ที่มีความหวัง และการมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ส่วนความสามารถในการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการฟื้นคืนพลังสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้

สำหรับงานวิจัยของ Feder and Nitu-Antonie (2017) ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยทิมิโซเอรา ประเทศโรมาเนีย ซึ่งได้ผลการศึกษาศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และยังมีการศึกษาเกี่ยวกับการมีแบบอย่างในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงบุคลิกภาพทางจิตวิทยา ซึ่งหมายถึงแนวโน้มการชอบความเสี่ยง การมีความเชื่อในพลังอำนาจในตน ความมั่นใจ ความต้องการความสำเร็จ ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลทางบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และยังพบอีกว่าบุคลิกภาพทางจิตวิทยาสามารถส่งอิทธิพลทางบวกไปยังทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้สามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 52 ซึ่งผลของการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาสนับสนุนความคิดในผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านหลักสูตรการศึกษา รวมถึงบุคลิกภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกนักศึกษาเข้ามาศึกษาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gird and Bagraim (2008) ที่ได้ศึกษากับนักศึกษามหาวิทยาลัยในชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยแอฟริกาใต้ โดยทำให้พบว่า ควรมุ่งส่งเสริมกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการมอบโอกาสที่เป็นประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อผู้ประกอบการเพื่อให้เห็นว่าเป็นทางเลือกอาชีพที่เป็นไปได้และเป็นประโยชน์

ส่วนการศึกษาของ Liñán and Chen (2009) ได้ศึกษาปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับทุนมนุษย์ โดยศึกษากับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในประเทศสเปนและไต้หวัน ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และทุนมนุษย์ในด้านการมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการมาก่อน สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้พัฒนาแบบสอบถามความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention questionnaire: EIQ) ซึ่งสามารถนำเครื่องมือแบบสอบถามที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และยังมีงานวิจัยของ Aragon-Sanchez et al. (2017) ศึกษาถึงทุนมนุษย์ที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยผลการศึกษาพบว่า ทุนมนุษย์ทางด้านการศึกษา (Access to human capital education) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีอิทธิพลผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนทุนมนุษย์ทางด้านประสบการณ์ (Access to human capital work experience) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง ส่วนการศึกษาถึงหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และหลักสูตรที่มุ่งผู้เรียนให้เป็นเจ้าของธุรกิจ สามารถส่งอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

สอดคล้องการศึกษาของ Kautonen et al. (2015) ที่ได้ศึกษาทุนมนุษย์ร่วมกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถของในการควบคุมพฤติกรรม เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แต่ต่างกันที่งานวิจัยนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการหลังจาก 12 เดือน โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 20–64 ปี ในประเทศฟินแลนด์และออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถของในการควบคุมพฤติกรรม สามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และยังพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของในการควบคุมพฤติกรรม สามารถอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และได้แนะนำให้การวิจัยในอนาคตควรศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการหลังจากศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในช่วงเวลาที่สั้นลง เช่น 6 เดือน เป็นต้น

ยังพบการศึกษา Nabi and Liñán (2013) ที่ได้ศึกษาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถของในการควบคุมพฤติกรรม ร่วมกับปัจจัยที่เป็นทุนมนุษย์

และทุนทางสังคม เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับ Zapkau et al. (2015) ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายที่ศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานในหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศเยอรมนี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากที่สุด รองลงมาคือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อนนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยส่งอิทธิพลผ่านทัศนคติส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเป็นตัวแปรคั่นกลาง

ผลการศึกษาแตกต่างกับการศึกษาของ พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ (2555) ซึ่งได้ศึกษาถึงเพศ ประสบการณ์การทำงาน การสนับสนุนจากสังคม และบุคลิกภาพแบบแสดงตัว การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เจตคติต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยได้ศึกษากับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะเศรษฐศาสตร์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนนักศึกษาที่มีประสบการณ์จากการทำงานระหว่างเรียนมีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่านักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์การทำงานระหว่างเรียน และการสนับสนุนจากสังคม บุคลิกภาพแบบแสดงตัว สามารถทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ ทั้งนี้การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการตัดสินใจเลือกอาชีพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนการศึกษาของ Mueller (2011) ที่ได้ทำการศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับนักศึกษาที่เรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยของออสเตรเลีย เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ โดยใช้วิธีการศึกษาแบบก่อนและหลังการเรียนรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า ทั้งสามปัจจัยสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ ทั้งนี้ในการศึกษาแบบก่อนเรียนและหลังเรียน รายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าลำดับในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นต่างกัน โดยพบว่า ในการศึกษาก่อนเรียนรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด แต่หลังจากทดสอบหลังเรียนรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด แตกต่างกับการวิจัยของประจักษ์

ปฏิทัศน์ (2560) ที่ศึกษาถึง ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถของในการควบคุมพฤติกรรม ร่วมกับการศึกษาปัจจัยด้านอคติ การรับรู้ความเสี่ยงและอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิธีด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณก่อน แล้วอธิบายด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยได้รับอิทธิพลทางบวกมาจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการและการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญตามลำดับ ส่วนอคติและการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยด้านอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในทางตรงกันข้าม ซึ่งควรที่จะลดอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาด้วยการให้ความรู้ในเรื่องแหล่งเงินทุน การมีช่องทางให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ รวมถึงการส่งเสริมแนวความคิดในการเป็นผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ระบบเศรษฐกิจของไทยมากขึ้น

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรวบรวมวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ เมื่อผู้วิจัยรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้ทำนายการมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการใหม่ จึงนำมาสู่การการพัฒนาสมมติฐานของแต่ละตัวแปรต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ดังนี้

1) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยด้านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ พบว่าปัจจัยทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Awang et al., 2016; Basu, 2010; Dohse & Walter, 2010; Gird & Bagraim, 2008; Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2013; Kautonen et al., 2015; Mueller, 2011; Nabi & Liñán, 2013; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Zapkau et al., 2011; Zapkau et al., 2015; Zhang & Cain, 2017) แต่มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งพบว่า ปัจจัยด้านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญทาง

สถิติ ซึ่งเป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาเช่นเดียวกัน (Leffel & Darling, 2009; พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ, 2555)

สมมติฐานที่ 1 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

2) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ พบว่าการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Awang et al., 2016; Basu, 2010; Dohse & Walter, 2010; Gird & Bagraim, 2008; Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2013; Kautonen et al., 2015; Mueller, 2011; Nabi & Liñán, 2013; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Zapkau et al., 2011; Zapkau et al., 2015; Zhang & Cain, 2017) และยังมีงานวิจัยส่วนหนึ่งที่พบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Alexander & Honig, 2016; Chowdhury et al., 2012; Fini et al., 2012; Goethner et al., 2009; Hulsink & Rauch, 2010; Santos et al., 2016; พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ, 2555; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทอง มา, 2559)

สมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

3) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Awang et al., 2016; Basu, 2010; Dohse & Walter, 2010; Gird & Bagraim, 2008; Iakovleva et al., 2011; Kautonen et al., 2013;

Kautonen et al., 2015; Mueller , 2011; Nabi & Liñán, 2013; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Zapkau et al., 2011; Zapkau et al., 2015; Zhang & Cain, 2017) และ มีงานวิจัยส่วนน้อยที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ (Hulsink & Rauch, 2010; Kim-Soon et al., 2016)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

2.3.1.3 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มการชอบความเสี่ยง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในช่วง 5 ปีหลังจากนั้น มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ทำให้ความสนใจในการศึกษาถึงบุคลิกภาพในการส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ได้แก่ ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (Anglin, Mckenny, & Short, 2018; Baluku, Kikooma, & Kibanja, 2016; Bullough, Renko, & Myatt, 2014; Contreras et al., 2017; Jin, 2017) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (Koe 2016; Razavi & Aziz, 2017; Singh et al., 2016; Walter et al., 2013) สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม		ประเทศ
	PsyCap	RT	Other	EI	B	
Altinay et al. (2012)	-	NS	/	/	-	อังกฤษ
				0.16		
Anglin et al. (2018)	S	-	/	/		อเมริกา
				0.40		
Bullough et al. (2014)	S	-	/	/		อัฟกานิสถาน
				0.49		
Contreras et al. (2017)	S	-	/	/	-	โคลัมเบีย
				0.40		

ตารางที่ 2.10 การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม		ประเทศ
	PsyCap	RT	Other	EI	B	
Jin (2017)	S	-	/	/	-	จีนและเกาหลี
				0.37		
Koe (2016)	-	NS	/	/	-	มาเลเซีย
				0.48		
Razavi and Aziz (2017)	-	S	/	/	-	อิหร่าน
Singh et al. (2016)	-	S	/	/	-	อินเดีย
Zhao et al. (2010)	-	S	/	/	-	Meta
				0.40		

หมายเหตุ; PsyCap = ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก, RT = แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง, Other = ปัจจัยอื่น ๆ, EI = ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ, B = การเป็นผู้ประกอบการ, S = มีนัยสำคัญทางสถิติ, NS = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, (1) = ส่งอิทธิพลได้มากที่สุด, (2) = ส่งอิทธิพลได้อันดับที่สอง, (3) = ส่งอิทธิพลได้น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2.10 พบว่ามีการศึกษาปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงซึ่งเป็นบุคลิกภาพเพื่อศึกษาการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างเช่น การศึกษาของ Razavi and Aziz (2017) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งศึกษา 5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้มีนวัตกรรม ผู้ที่ทำงานเชิงรุก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ความต้องการประสบความสำเร็จ การมีเครือข่าย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีนวัตกรรมสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Singh et al. (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งศึกษา 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การเป็นผู้มีนวัตกรรม ทำงานเชิงรุก มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง เป็นบุคลิกภาพซึ่งส่งผลความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า การเป็นผู้มีนวัตกรรมทำงานเชิงรุก มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

เช่นเดียวกับ Zhao et al. (2010) การศึกษาบุคลิกภาพแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงร่วมกับการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพ 5 ลักษณะกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ ซึ่งมีลักษณะการศึกษาแบบอภิมาน (Meta-analysis) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพประกอบที่ชอบความเสี่ยง (Risk propensity) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยที่บุคลิกภาพประกอบที่ชอบความเสี่ยง มีความสัมพันธ์มากที่สุด แต่มีความแตกต่างผลการวิจัยของ Altinay et al. (2012) ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของลักษณะบุคลิกภาพทางจิตวิทยาต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงไม่สามารถส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ รวมถึง Koe (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งศึกษา 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีนวัตกรรม ผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำงานเชิงรุก ผู้ที่มีนวัตกรรม สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ ส่วนผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาบุคลิกภาพด้านทุนทางจิตวิทยาด้วนบวก เช่น Contreras et al. (2017) ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทุนทางจิตวิทยาด้วนบวกที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศแอฟริกาใต้พบว่า ทุนทางจิตวิทยาด้วนบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาถึงแต่ละปัจจัยที่สามารถใช้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้น การฟื้นคืนพลังสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหวัง และการมองโลกในแง่ดี สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของ Jin (2017) ได้ศึกษาทุนทางจิตวิทยาด้วนบวกสำหรับผู้ประกอบการกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ในประเทศจีนและเกาหลีพบว่า ความหวัง การรับรู้ความสามารถของตนเอง การฟื้นคืนพลัง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนการมองโลกในแง่ดีมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างไม่มีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาทุนทางจิตวิทยาด้วนบวกของ Bullough et al. (2014) ซึ่งได้ศึกษาถึงการฟื้นคืนพลัง การรับรู้ความสามารถของตนเองกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของคนในประเทศอัฟกานิสถาน ได้ดำเนินการศึกษา 2 ระยะคือ ระยะแรกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-50 ปี หลังจากนั้นได้มีการศึกษาในระยะที่สองศึกษาหลังจากระยะแรก 3 เดือน โดยเก็บข้อมูลจากผู้หญิงที่เข้าร่วมอบรมการพัฒนาธุรกิจ พบว่า การฟื้นคืนพลังและการรับรู้

ความสามารถของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาการศึกษาแบบอภิมาน (Meta-analysis) ระหว่างปี ค.ศ. 1986–2017 เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ที่มีลักษณะพื้นถิ่นพลังของ Korber and McNaughton (2017) ซึ่งพบว่า การพื้นถิ่นพลังเป็นคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถใช้อธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ และสามารถที่จะใช้อธิบายถึงการเริ่มบุคคลเริ่มธุรกิจหรือไม่ทำธุรกิจ โดยผู้ที่มีการพื้นถิ่นพลังอยู่ในระดับสูงจะทำให้มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูง ซึ่งการพื้นถิ่นพลังจะมีส่งผลทางบวกกับการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนการศึกษาของ Anglin et al. (2016) ถึงการเป็นผู้ที่มองโลกในแง่ดีส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในกิจการใหม่และการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งได้ทำการศึกษากับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กซึ่งมีการจ้างงานน้อยกว่า 250 คน ในประเทศสหรัฐอเมริกาแล้วพบว่า การที่บุคคลมีการมองโลกในแง่ดีสูงทำให้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจที่จะลงทุนในกิจการใหม่โดยพบว่า หากเป็นผู้ที่มองโลกในแง่ดีในระดับสูงระดับความต้องการที่จะสร้างธุรกิจใหม่ก็ยิ่งสูงด้วย แตกต่างจากงานวิจัยของ Hmieleski and Baron (2009) ซึ่งได้ศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการใหม่ในด้านอัตราการเติบโตของรายได้กับระดับการมองโลกในแง่ดี โดยพบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีการมองโลกในแง่ดีในระดับสูง จะมีอัตราการเติบโตของรายได้ต่ำ ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีการมองโลกในแง่ดีในระดับต่ำ จะมีอัตราการเติบโตของรายได้สูง ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วบุคลิกภาพทางบวก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติในการทำงาน จะต้องส่งผลต่อความสามารถและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานทางบวก และได้อธิบายถึงสาเหตุที่ผลการศึกษาเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันนั้นผู้ที่มีการมองโลกในแง่ดีในระดับต่ำอาจจะมีการมองโลกในแง่ดีในระดับสูงในช่วงเริ่มต้นการทำธุรกิจใหม่ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาระยะยาวเพื่อสรุปความสัมพันธ์ของระดับการมองโลกในแง่ดีตามระยะเวลาของวงจรธุรกิจ

4) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมพบว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นบุคลิกภาพที่สามารถพัฒนาได้ด้วยการอบรม และการฝึกปฏิบัติ ซึ่งทุนทางจิตวิทยาด้านบวกมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Hmieleski & Carr, 2008) โดยพบว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Contreras et al., 2017;

Hlatywayo et al., 2017; Jin, 2017) และการศึกษาของ Yousaf et al. (2015) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกสามารถใช้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในอนาคตได้ โดยทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวกสามารถส่งอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมได้ ซึ่งการฟื้นคืนพลัง การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหวัง และการมองโลกในแง่ดี ถึงแม้จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แต่ในงานวิจัยพบว่า การมองโลกในแง่ดี ไม่สามารถที่จะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Contreras et al., 2017; Jin, 2017) และความหวังไม่สามารถที่จะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ จึงนำมาสู่การศึกษาในครั้งนี้ในการศึกษาถึงทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้หรือไม่ ผู้วิจัยจึงมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

5) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีความสำคัญในการพิจารณาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพราะบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการจะต้องพบกับความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เพราะต้องเป็นผู้ที่เผชิญกับปัญหาความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจและรับผิดชอบสิ่งที่ตัดสินใจ (Walter et al., 2013) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Awang et al., 2016; Fini et al., 2012; Razavi & Aziz, 2017; Singh et al., 2016; Walter et al., 2013) แต่ยังมีผลการวิจัยอยู่จำนวนหนึ่งที่พบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไม่มีนัยสำคัญ (Altinay et al., 2012; Koe, 2016) สำหรับบุคลิกภาพที่เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลของการเป็นผู้ประกอบการในด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงจึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงเพื่อหาคำตอบว่าสามารถมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้หรือไม่ เพราะงานวิจัยที่ผ่านมามีทั้งที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนบุคลิกภาพด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงว่าสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 5 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

6) การพัฒนาสมมติฐานของปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

บุคลิกภาพของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Krueger, 2003; Luthje & Franke, 2003) โดยมีงานวิจัยที่พบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงไม่สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Awang et al., 2016) ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาทั้งที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนบุคลิกภาพด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงว่าสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านตัวแปรคั่นกลางที่เป็นทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Krueger, 2003) แต่เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบในปัจจัยด้านทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกพบว่า มีบางปัจจัยไม่สามารถที่จะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ เช่น การมองโลกในแง่ดี ความหวัง เป็นต้น (Contreras et al., 2017; Jin, 2017) จึงมีความเป็นไปได้ว่า ทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกอาจจะส่งทางอ้อมไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการจึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงเพื่อหาคำตอบว่าปัจจัยบุคลิกภาพ ได้แก่ ทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ ผู้วิจัยจึงมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ทฤษฎีทางจิตวิทยาด้านบวกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง

สมมติฐานที่ 7 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง

2.4 การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น นำมาสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ บนพื้นฐานของ 4 เหตุผลดังต่อไปนี้

1) งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เพื่อศึกษาอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016; Basu, 2010; Chowdhury et al., 2012; Gird & Bagraim, 2008; Goethner et al., 2009; Iakovleva et al., 2011; Kim-Soon et al., 2016; Leffel & Darling, 2009; Leroy et al., 2009; Santos et al., 2016; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Wu & Wu, 2008; Zapkau et al., 2015; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา, 2559) ซึ่งผลการศึกษากันพบว่ามีทั้งสามปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า งานวิจัยอีกจำนวนหนึ่งที่ศึกษาปัจจัยในพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่ได้รับความนิยมในการศึกษาในปัจจุบัน ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเป็นปัจจัยหนึ่งในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และบุคลิกลักษณะทางจิตวิทยานั้นที่มีความน่าสนใจ (Awang et al., 2016; Dohse & Walter, 2010; Fini et al., 2012; Zhao et al., 2010; Nabi & Liñán, 2013; Zhang & Cain, 2017) รวมถึงยังพบการศึกษาถึงปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Contreras et al., 2017; Hmieleski & Carr, 2008; Jin, 2017) และจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยพบว่า มีงานวิจัยอยู่จำนวนน้อยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการร่วมกันทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ศึกษาทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเป็นปัจจัยร่วมในการอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ทั้งสองตัวแปรถือว่าเป็นบุคลิกภาพ

2) นอกจากนี้พบว่า มีผู้ที่ได้ศึกษาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งบุคลิกภาพนั้นสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการผ่านตัวแปรด้านทัศนคติซึ่งเป็นแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรม (Krueger et al., 2000) ซึ่งตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงซึ่งเป็นบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ (Chell,

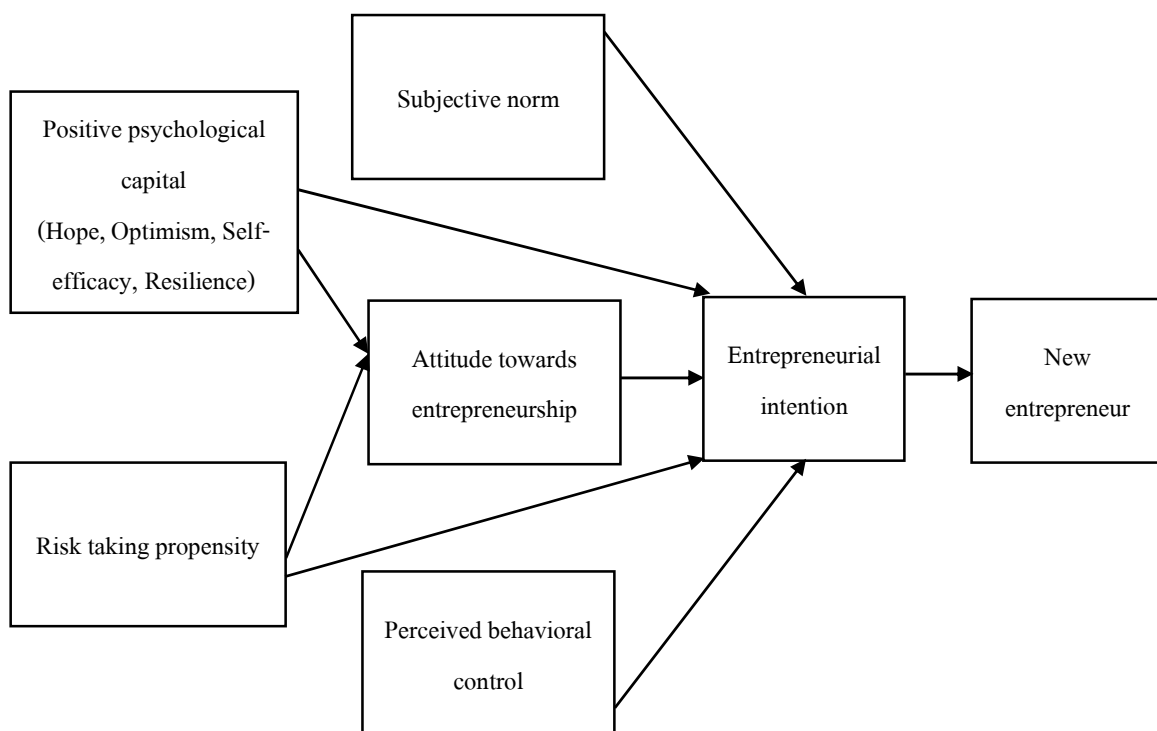
2008; Krueger, 2003) จึงทำให้ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นตัวแปรคั่นกลางในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำนายถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ รวมถึงงานวิจัยนี้จะมีการควบคุมตัวแปรที่อาจจะส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ (Alexander & Honig, 2016; Goethner et al., 2009; Iakovleva et al., 2011; Mueller, 2011) อายุ (Alexander & Honig, 2016; Goethner et al., 2009; Iakovleva et al., 2011; Mueller, 2011) การประกอบอาชีพของครอบครัว ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016; Iakovleva et al., 2011)

3) จากตารางที่ 2.8–2.10 แสดงให้เห็นว่า งานวิจัยโดยส่วนใหญ่ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Alexander & Honig, 2016; Altinay et al., 2012; Awang et al., 2016; Basu, 2010; Chowdhury et al., 2012; Contreras et al., 2017; Dohse & Walter, 2010; Fini et al., 2012; Gird & Bagraim, 2008; Goethner et al., 2009; Zhao et al., 2010; Hlatywayo et al., 2017; Iakovleva et al., 2011; Jin, 2017; Kim-Soon et al., 2016; Koe, 2016; Leffel & Darling, 2009; Leroy et al., 2009; Maes et al., 2014; Mueller, 2011; Nabi & Liñán, 2013; Razavi & Aziz, 2017; Santos et al., 2016; Singh et al., 2016; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008; Wu & Wu, 2008; Zapkau et al., 2015; Zhang & Cain, 2017; พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ, 2555; มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา, 2559) ซึ่งพบว่า มีงานวิจัยในจำนวนไม่มากนักที่ศึกษาจนถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยที่ผ่านมาพบว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการจะใช้วิธีการศึกษาระยะยาว เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกับขนาดอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Hulsink & Rauch, 2010; Kautonen et al., 2013; Kautonen et al., 2015) มีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาด้วยวิธีการผสมผสานวิธี (ประจักษ์ ปฏิทัศน์, 2560) ในการวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบลักษณะขั้นตอน (Sequential design) ซึ่งทำให้สามารถนำผลการศึกษาในช่วงแรกไปใช้ในการพัฒนาวิธีการศึกษาศึกษาในช่วงต่อไปในด้านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และยังสามารถช่วยขยายขอบเขตของการวิจัยได้ด้วย (Onwuegbuzie & Collins, 2007) สำหรับวิธีผสมผสานในรูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระมีจุดเด่นคือ ช่วงแรกเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้วต่อมาเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละช่วงแบบอิสระ ทำให้สามารถขยายกรอบแนวคิดของการวิจัยให้มีความลึกมากขึ้น (Schoonenboom & Johnson, 2017) จึงนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแล้วคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการระดับสูงนำไปใช้เก็บ

ข้อมูลในช่วงที่สองเพื่อช่วยอธิบายขยายความถึงสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ให้มีความลึกซึ้งมากขึ้น

4) นอกจากนั้นงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในบริบทต่างประเทศและจะศึกษากับนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรี (Santos et al., 2016; Solesvik, 2013; Van Gelderen et al., 2008) และมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาร่วมกับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรของวิทยาลัย (Wu & Wu, 2008) ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยนั้นพบงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายทั้งที่ศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงของหลักสูตรบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย

จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนารอบแนวคิด ซึ่งแสดงเป็นภาพประกอบที่ 2.13 ได้ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.13 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และอธิบายสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กำหนดรูปแบบการวิจัย
2. การวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ
3. การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.1 รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยมี 3 รูปแบบคือ 1) รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) 2) รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) และ 3) รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทำให้สามารถใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อยืนยันสิ่งที่ได้ค้นพบกับทฤษฎี และใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเชิงประจักษ์กับปรากฏการณ์จริง ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการออกแบบงานวิจัยนี้มีข้อดีคือ สามารถสรุปข้อมูลได้มีความสมบูรณ์มากขึ้นจากการทดสอบทฤษฎี ทำให้สามารถพิสูจน์ความเป็นทฤษฎีร่วมกับความสามารถในการอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ (Johnson & Onwuegbuzie, 2004) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น สำหรับการวิจัยผสมผสานวิธีจะสามารถแบ่งเป็น 1) การศึกษาแบบพร้อมกัน (Concurrent design) จะมีลักษณะการตรวจสอบแบบสามเส้า การสนับสนุนให้ผลการศึกษามีความสมบูรณ์ และการริเริ่มเพื่อศึกษารอบแนวคิดใหม่ ๆ 2) การศึกษาแบบขั้นตอน (Sequential design) จะมีลักษณะการศึกษาที่สนับสนุนให้ผลการศึกษามีความสมบูรณ์ การพัฒนา การเริ่มต้น และการขยายความ (Onwuegbuzie

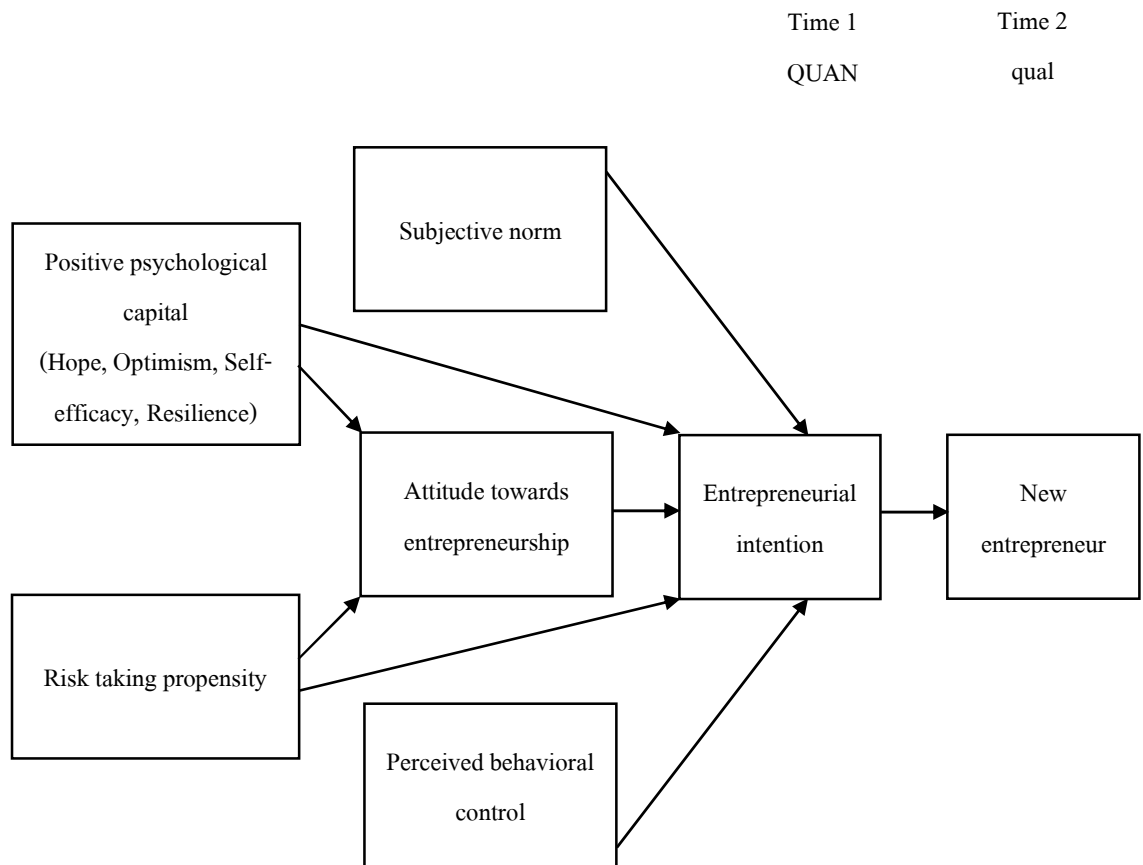
& Collins, 2007) อีกทั้งการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานสามารถเลือกใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้หลายแบบ เช่น เพื่อใช้ในการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) การสนับสนุนให้ผลการศึกษาสมบูรณ์ (Complementary) การพัฒนา (Development) การริเริ่ม (Initiation) และการขยายความ (Expansion) (Greene, Caracelli, & Graham, 1989)

นอกจากนี้การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณก่อน แล้วตามด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ หรือ การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพก่อน แล้วตามด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (ชิดชนก เริงเขาว์, บุญสนอง วิเศษสาคร, และจรรยาพร หนูทอง, 2559) อาจใช้ชื่อเรียกอื่นแตกต่างกัน เช่น Morse (1991) ใช้ชื่อว่า รูปแบบการศึกษาต่อเนื่องแบบสามเส้า (Sequential triangulation) ในขณะที่ Creswell, Plano Clark, Gutmann, and Hanson (2003) เรียกว่า รูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory sequential design) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยแบบวิธีผสมผสาน รูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ (Sequential-independent design) ตามคำอธิบายของนักวิชาการ Schoonenboom and Johnson (2017) โดยมีลักษณะคือ 1) ดำเนินการออกแบบการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณตามด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ 2) นำข้อมูลที่เก็บได้ในแต่ละช่วงมาวิเคราะห์แบบอิสระ แล้วผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้บูรณาการร่วมกัน 3) การออกแบบวิธีวิจัยไม่ซับซ้อน ซึ่งให้ความสำคัญในการศึกษาระดับบุคคลที่สามารถบูรณาการร่วมกันและมีความเกี่ยวเนื่องกัน

ดังนั้นการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้ทราบถึงขนาดของอิทธิพลของแต่ละปัจจัย และทิศทางความสัมพันธ์ในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยกำหนดการยอมรับสมมติฐานทางสถิติที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อได้ข้อมูลและวิเคราะห์ก่อน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ในช่วงที่ 2 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่มาจากปรากฏการณ์การมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในบริบทที่ศึกษาได้ สามารถพิจารณาแบบการวิจัยได้ดังภาพประกอบที่ 3.1 โดยคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงแรกที่มีระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่เป็นส่วนขยายการเกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งได้ออกแบบการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณตามด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ แล้วนำวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละช่วงแยกกันแบบอิสระ โดยนำผลที่ได้ในแต่ละช่วงมา

อภิปรายผลแบบบูรณาการร่วมกันที่แสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องกันของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (ก่อนเกิดพฤติกรรมจริง) และผลจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ทำให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถอธิบายถึงสาเหตุของเกิดพฤติกรรมการเป็นประกอบการใหม่ได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น



ภาพประกอบที่ 3.1 การออกแบบการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่

3.2 ช่วงที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณนั้นมีข้อดีคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลาไม่มาก สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ซอฟต์แวร์ และสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ แต่มีข้อเสียคือ ข้อมูลที่ได้รับไม่เป็นไปตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพราะมุ่งเน้นการยืนยันทฤษฎีและการทดสอบสมมติฐาน (Johnson & Onwuegbuzie, 2004) ในการวิจัยในครั้งนี้ช่วงแรกดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบคำถามว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทักษะทางจิตวิทยาคำนวณแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้หรือไม่ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถทดสอบและยืนยันทฤษฎี รวมถึงการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยเพื่ออภิปรายผลกับงานวิจัยที่ผ่านมาว่าสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำนายการเป็นผู้ประกอบการใหม่

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาในภาคใต้ระดับปริญญาตรีของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ชั้นปีที่ 4 และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป้าหมาย โดยพิจารณาจากจังหวัดที่มีมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษาควบคู่กัน ซึ่งมีจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา และสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้ขอบเขตของประชากรเป้าหมายอยู่ในสถาบันการศึกษาที่มีบริบทการศึกษาที่คล้ายกัน สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีมหาวิทยาลัยในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และสำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงจะมีนักศึกษาในกลุ่มวิทยาลัยอาชีวศึกษา

จากข้อมูลสถิติการศึกษาระดับอุดมศึกษาได้มีสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา และจากรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอาชีวศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาของทั้ง 4 จังหวัด พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ระดับปริญญาตรี ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ชั้นปีที่ 4 จำนวน 2,153 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560) และนักศึกษามหาวิทยาลัยอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 สาขาบริหารธุรกิจ จำนวน 1,129 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2560) รวมประชากรทั้งสิ้น 3,282 คน สามารถพิจารณาจำนวนนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในภาคใต้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 สถิติข้อมูลนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในภาคใต้

จังหวัด	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	วิทยาลัยอาชีวศึกษา	รวม
นครศรีธรรมราช	452	442	894
ภูเก็ต	505	188	693
สงขลา	613	312	925
สุราษฎร์ธานี	583	187	770
รวม	2,153	1,129	3,282

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษารวบรวมข้อมูลตามการรายงานวันที่ 30 มิถุนายน 2560 และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษารวบรวมข้อมูลตามการรายงานวันที่ 10 มิถุนายน 2560

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านของงบประมาณ เวลา จึงทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต การศึกษาในครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติสมการโครงสร้าง ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมนั้น จะต้องพิจารณาถึงขนาดกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรสังเกต โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรอยู่ระหว่าง 10 ถึง 20 เท่าของ 1 ตัวแปรสังเกต (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) โดยตัวแปรสังเกตได้ในงานวิจัยนี้มีจำนวน 41 พารามิเตอร์ จึงทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 410 ถึง 820 ตัวอย่าง

3.2.1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ซึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องมีข้อมูลรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ทุกหน่วยของกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะถูกเลือก ส่วนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องมีบัญชีรายชื่อ เพื่อคำนึงถึงโอกาสที่ประชากรจะถูกเลือก (Cohen, Manion, & Morrison, 2007) ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏและวิทยาลัยอาชีวศึกษาในภาคใต้ของประเทศไทยได้ทุกสถาบัน เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้เพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างและให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเป็นนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยกำหนดให้การสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนเท่ากันในแต่ละสถานบันการศึกษา ทำให้คำนวณการสุ่มตัวอย่างได้จาก $820 / 8 = 102.5$ ตัวอย่างต่อสถานบันการศึกษา โดยปัดเศษขึ้นเป็น 103 ตัวอย่างต่อสถานบันการศึกษา ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การสุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	มหาวิทยาลัยราชภัฏ		วิทยาลัยอาชีวศึกษา		รวม	
	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง
นครศรีธรรมราช	452	103	442	103	894	206
ภูเก็ต	505	103	188	103	693	206
สงขลา	613	103	312	103	925	206
สุราษฎร์ธานี	583	103	187	103	770	206
รวม	2,153	412	1,129	412	3,282	824

3.2.2 เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.2.2.1 เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามทั้งหมด 7 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งใช้แบบวัดของ Liñán and Chen (2009) โดยมีงานวิจัยของ Dinc and Budic (2016) และงานวิจัยของ Koe (2016) ได้ใช้แบบวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเช่นเดียวกัน ซึ่งประกอบด้วยจำนวน 6 คำถาม ได้แก่ 1) ฉันพร้อมจะทำทุกอย่างเพื่อเป็นผู้ประกอบการ 2) เป้าหมายทางวิชาชีพของฉันคือการเป็นผู้ประกอบการ 3) ฉันจะพยายามทุกวิถีทางเพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจของตนเอง 4) ฉันมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้ได้ในอนาคต 5) ฉันรู้สึกจริงจังในการคิดที่จะเริ่มทำธุรกิจให้ได้ 6) ฉันมีความตั้งใจที่จะเริ่มธุรกิจสักวันหนึ่ง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งใช้แบบวัดของ Liñán and Chen (2009) โดยมีงานวิจัยของ Dinc and Budic (2016) และงานวิจัยของ Trivedi (2016) ได้ใช้แบบวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเช่นเดียวกัน ซึ่งมีจำนวน 5 คำถาม ได้แก่ 1) สำหรับฉันการเป็นผู้ประกอบการมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย 2) การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่น่าดึงดูดใจ 3)

การเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉัน 4) การเป็นผู้ประกอบการมีโอกาสและ
ทรัพยากรมากกว่าอาชีพอื่น 5) ท่ามกลางทางเลือกอาชีพที่มากมาย ฉันก็ยังอยากเลือกเป็น
ผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการคัดลอกตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งใช้แบบวัดของ Liñán and
Chen (2009) ร่วมกับ Trivedi (2016) โดยมีงานวิจัยหลายงานวิจัยที่ใช้แบบวัดการคัดลอกตามกลุ่มคน
สำคัญเช่นเดียวกัน (Aragon-Sanchez et al., 2017; Dinc & Budic, 2016; Liñán & Chen, 2009; Liñán
et al., 2011; Trivedi, 2016) โดยมีจำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ 1) พ่อแม่ของท่านเห็นด้วยต่อการ
ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ 2) พี่น้องของท่านเห็นด้วยต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ 3) เพื่อน
สนิทของท่านเห็นด้วยต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ 4) เพื่อนร่วมชั้นเรียนของท่านเห็นด้วยต่อ
การตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ 5) ครู/อาจารย์ของท่านเห็นด้วยต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
6) บุคคลอื่นที่ใกล้ชิดของท่านเห็นด้วยต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ใช้แบบวัด
ของ Liñán and Chen (2009) ซึ่งงานวิจัยของ Dinc and Budic (2016) และงานวิจัยของ Trivedi
(2016) ใช้แบบวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยมีจำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่
1) การเริ่มต้นทำธุรกิจและการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน 2) ฉันพร้อมที่จะเริ่มต้นทำ
ธุรกิจ 3) ฉันสามารถควบคุมกระบวนการจัดตั้งธุรกิจได้ 4) ฉันทราบถึงรายละเอียดที่จำเป็นในการ
เริ่มทำธุรกิจ 5) ฉันรู้วิธีการพัฒนาธุรกิจ 6) ฉันน่าจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ
อย่างมาก

ในการศึกษาครั้งนี้แบบสอบถามส่วนที่ 1 ถึง ส่วนที่ 4 ผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบอันตร
ภาคชั้น (Interval) ของลิเกิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เฉย ๆ

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยเล็กน้อย

ระดับความคิดเห็น 6 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามทุนทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ใช้แบบวัดของ Luthans et al.
(2007) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหวัง การฟื้นคืนพลัง
การมองโลกในแง่ดี จำนวน 12 ข้อคำถาม ได้แก่ 1) ฉันรู้สึกมั่นใจในการเป็นตัวแทนของธุรกิจ

ตนเองในที่ประจุมร่วมกับผู้อื่น 2) ฉันรู้สึกมั่นใจในการเสนอความคิดเห็นในการอภิปรายเกี่ยวกับ
 กลยุทธ์ในการทำธุรกิจ 3) ฉันรู้สึกมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจให้แก่ผู้อื่น 4) ฉันสามารถ
 คิดหาทางออกได้หลาย ๆ ทาง เพื่อแก้ปัญหาในการทำธุรกิจ 5) ขณะนี้ฉันมองว่าตนเองประสบ
 ความสำเร็จในการทำธุรกิจพอสมควร 6) ฉันคิดได้หลายหนทางเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายในการทำ
 ธุรกิจ 7) ณ ปัจจุบัน ฉันไปถึงเป้าหมายการทำธุรกิจตามที่ได้ตั้งไว้ 8) ฉันสามารถ “ยืนหยัดด้วย
 ตนเอง” ได้ในการทำธุรกิจ 9) ฉันสามารถยอมรับความกดดันที่เกิดจากธุรกิจได้ 10) ฉันผ่าน
 อุปสรรคต่าง ๆ ในการทำธุรกิจได้ เพราะเคยประสบความยากลำบากมาก่อนแล้ว 11) ฉันมองธุรกิจ
 ของฉันในด้านบวกเสมอ 12) ฉันมองในแง่ดีเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับฉันในอนาคตเรื่องการค้า
 ธุรกิจ ซึ่งคำถามข้อที่ 1-3 เป็นคำถามด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่วนคำถามข้อที่ 4-7
 เป็นคำถามด้านความหวัง สำหรับคำถามข้อที่ 8-10 เป็นคำถามด้านการฟื้นคืนพลัง และคำถามข้อที่
 11-12 เป็นคำถามด้านการมองโลกในแง่ดี

ในการศึกษาครั้งนี้แบบสอบถามส่วนที่ 5 ผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น
 (Interval) ของลิเกิร์ต (Likert scale) 6 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วยเล็กน้อย

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 6 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ใช้แบบวัดของ Bolton
 and Lane (2012) มีจำนวน 3 ข้อคำถาม ได้แก่ 1) ฉันกล้าเสี่ยงที่จะลงทุนในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน 2)
 ฉันเต็มใจที่จะใช้เวลาและ/หรือเงินลงทุนจำนวนมากในการทำบางอย่างที่อาจให้ผลตอบแทนสูง 3)
 ฉันมักจะจัดการสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงได้ ร่วมกับแบบวัดของ Luthje and Franke (2003) มี
 จำนวน 3 ข้อคำถาม ได้แก่ 4) ในการเดินทางฉันมักจะใช้เส้นทางใหม่ ๆ 5) ฉันชอบที่จะทำสิ่ง
 ใหม่ ๆ เช่น ลองทานอาหารแปลกใหม่ ไปในสถานที่ใหม่ ๆ เป็นต้น 6) ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา
 ฉันได้ทำสิ่งที่ท้าทาย ซึ่งงานวิจัยของ Koe (2016) และ Padilla-Meléndez et al. (2014) รวมถึง
 Robinson and Stubberud (2014) อีกทั้ง Wu (2009) ใช้แบบวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

ในการศึกษาครั้งนี้แบบสอบถามส่วนที่ 6 ผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น
 (Interval) ของลิเกิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง เฉย ๆ

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถาบันการศึกษา สถานะของการประกอบธุรกิจ ประสบการณ์การทำงาน การได้เข้ารับการฝึกอบรมในการเป็นผู้ประกอบการ ครอบครัวยังเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งคำถามมีมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Norminal scale) (Aragon-Sanchez et al., 2017; Kakouris, 2016)

3.2.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามจากการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ในการนำข้อคำถามไปใช้ โดยในขั้นตอนที่ 1-5 เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ในขั้นตอนที่ 6 เป็นการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ส่วนขั้นตอนที่ 6-8 เป็นการตรวจสอบความตรงเชิงทฤษฎี (Construct validity) และ สามารถพิจารณาแต่ละขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการแปลแบบสอบถามที่นำมาจากต้นฉบับภาษาอังกฤษแปลเป็นภาษาไทยโดยผู้เชี่ยวชาญในการแปลภาษา จำนวน 2 ท่าน

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยฉบับแปลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ดูแลวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาถึงภาษาที่มีความถูกต้องและความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการแปลแบบย้อนกลับ (Back to back translation) (Brislin, 1970) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ โดยผู้เชี่ยวชาญในการใช้ทั้งสองภาษา จำนวน 2 ท่าน ซึ่งไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนแรก เพื่อลดความโน้มเอียงในการแปลแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 4 พิจารณาเปรียบเทียบแบบสอบถามที่นำมาจากต้นฉบับกับฉบับที่มีการแปลย้อนกลับ ซึ่งต้องมีความใกล้เคียงและเทียบเท่ากัน

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามฉบับภาษาไทยที่ได้รับการตรวจสอบในการแปลจากต้นฉบับมาเป็นภาษาไทย ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับกับงานวิจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบข้อคำถามกับคำนิยามเชิงปฏิบัติการว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหรือไม่ โดยพิจารณาการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) ซึ่งต้อง

มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2543) ผลการประเมินแบบสอบถามพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60–1.00 ดังนั้นข้อคำถามในแบบสอบถามจึงผ่านเกณฑ์การพิจารณา และผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 6 พิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการทดลองใช้ (Try out) แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 ชุด ด้วยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามจะต้องได้ค่ามากกว่า 0.70 (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011) จึงจะเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ที่จะใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยผลการพิจารณาพบว่า แต่ละข้อคำถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป สามารถพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ดังตารางที่ 3.3 ดังนี้

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ	6 ข้อ	0.922
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	5 ข้อ	0.839
การคัดลอกตามกลุ่มคนสำคัญ	6 ข้อ	0.907
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	6 ข้อ	0.912
ทุนทางจิตวิทย์ด้านบวก	12 ข้อ	0.902
แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง	6 ข้อ	0.800

ขั้นตอนที่ 7 เมื่อผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยแล้วได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่มีคุณภาพนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เป็นโมเดลที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent variables) และตัวแปรสังเกตได้ (Observation variables) จำนวนกลุ่มอย่างที่ใช้วิเคราะห์ขั้นต่ำคือ 100 ตัวอย่าง และควรมีอย่างน้อย 3 ตัวแปรสังเกตได้ต่อ 1 ตัวแปรแฝง ซึ่งเรียกว่ากฎสามตัวบ่งชี้ (Three indicator rule) (Bentler, 1995) โดยต้องมีค่านำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากกว่า 0.50 และการพิจารณาจากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted: AVE) ต้องมีค่ามากกว่า 0.50 ค่าความเชื่อมั่นส่วนประกอบ (Composite reliability: CR) ควรมากกว่า 0.70 (Hair, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014)

ขั้นตอนที่ 8 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรแฝง (Discriminant validity) ซึ่งใช้การวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยการเปรียบเทียบเป็นคู่ (Heterotrait-Monotrait Correlation Ratio: HTMT) ต้องมีค่า HTMT แต่ละคู่ต่ำกว่า 1 จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรแฝง (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015)

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการให้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังมหาวิทยาลัยในภาคใต้ที่มีนักศึกษาระดับปริญญาตรีของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่มีนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของหลักสูตรบริหารธุรกิจ เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้บริหารหลักสูตรในการนำแบบสอบถามที่ได้จัดส่งทางไปรษณีย์ให้แก่นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตร โดยดำเนินการปิดอาคารแสดมภ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งแบบสอบถามคืนกลับมายังผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ป้องกันการได้รับแบบสอบถามคืนไม่ครบจำนวนและขาดความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามที่ได้จัดส่งทางไปรษณีย์ให้แก่นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตร โดยได้ดำเนินการปิดอาคารแสดมภ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้ส่งแบบสอบถามคืนกลับมายังผู้วิจัย เมื่อศึกษาถึงอัตราการตอบกลับทางไปรษณีย์อยู่ระหว่างร้อยละ 20 ถึง ร้อยละ 40 (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ซึ่งเป็นอัตราการตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ที่ยอมรับได้อยู่ระหว่างร้อยละ 20 ถึง ร้อยละ 65 (นิตชาล รัตนมณี และประสพชัย พสุนนท์, 2562) ผู้วิจัยจึงได้ป้องกันการได้รับแบบสอบถามคืนไม่ครบจำนวนและขาดความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม อัตราการตอบแบบสอบถามกลับ ร้อยละ 40 จึงได้สำรวจแบบสอบถามด้วยการคำนวณจาก $824 + (824 \times 0.4) = 1,154$ ชุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) โดยจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 สถาบันการศึกษา ๆ ละ 144.25 ชุด ผู้วิจัยจึงได้พิเศษขึ้นเป็น 145 ชุด สามารถพิจารณาการเก็บข้อมูลในแต่ละมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษาได้ดังตารางที่ 3.4 ดังนี้

ตารางที่ 3.4 การเก็บข้อมูลในแต่ละมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษา

จังหวัด	มหาวิทยาลัย	ส่งจำนวน	สถาบันอาชีวศึกษา	ส่งจำนวน	รวม
สงขลา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	145 ชุด	วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา	145 ชุด	290 ชุด
นครศรีธรรมราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช	145 ชุด	วิทยาลัยอาชีวศึกษา นครศรีธรรมราช	145 ชุด	290 ชุด
สุราษฎร์ธานี	มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี	145 ชุด	วิทยาลัยอาชีวศึกษา สุราษฎร์ธานี	145 ชุด	290 ชุด
ภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	145 ชุด	วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต	145 ชุด	290 ชุด
	รวม	580 ชุด		580 ชุด	1,160 ชุด

จากผลการเก็บข้อมูลในแต่ละสถาบันการศึกษา โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 824 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ 971 ชุด เมื่อพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่า มีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 96 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่ไม่สอดคล้องจำนวน 94 ชุด จึงทำให้สามารถนำแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 781 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 94.78 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งทั้งหมด สามารถพิจารณาผลการเก็บข้อมูลในแต่ละสถาบันการศึกษาได้ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ผลการเก็บข้อมูลในแต่ละสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษา	ตัวอย่าง	ส่งจำนวน	ได้รับคืน	ไม่สมบูรณ์	ไม่สอดคล้อง	มีความสมบูรณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช	103	145	133	-	13	120
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	103	145	130	-	15	115
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	103	145	115	38	2	75
มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี	103	145	106	20	4	82
วิทยาลัยอาชีวศึกษา นครศรีธรรมราช	103	145	138	5	14	119
วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต	103	145	113	12	13	88
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา	103	145	134	3	25	106
วิทยาลัยอาชีวศึกษา สุราษฎร์ธานี	103	145	102	18	8	76
รวม	824	1,160	971	96	94	781

ขั้นตอนที่ 2 ทำหนังสือขออนุญาตเพื่อเข้าไปเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในสถาบันที่ได้รับแบบสอบถามไม่ครบจำนวน เพื่อทำให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการนำข้อมูลไปวิเคราะห์ให้มากที่สุด

3.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามในแต่ละส่วน ดังนี้

3.2.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เริ่มต้นด้วยกระบวนการตรวจสอบข้อมูล (Data cleaning) จากแบบสอบถามทุกชุดที่ได้รับการตอบกลับคืนว่ามีชุดใดที่ไม่สมบูรณ์ มีข้อมูลที่ไม่ถูกต้องตัดข้อมูลชุดนั้นออก ซึ่งการตรวจสอบถึงข้อมูลที่จะใช้ต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal distribution) โดยการตรวจสอบค่าสุดโต่ง (Outlier) ซึ่งพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) โดยต้องมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1 โดยจากการพิจารณาพบว่า มีข้อมูลอยู่จำนวนหนึ่งที่มีค่าเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผู้วิจัยจึงได้ตัดข้อมูลชุดนั้นที่มีความผิดปกติของข้อมูลออกจากการวิเคราะห์

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง และการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรจากค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งใช้ระดับความเห็น 7 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.000–1.857 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก
- ค่าเฉลี่ย 1.858–2.714 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.715–3.571 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย
- ค่าเฉลี่ย 3.572–4.428 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 4.429–5.285 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก
- ค่าเฉลี่ย 5.286–6.142 คือ เห็นด้วยระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 6.143–7.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ซึ่งใช้ระดับความเห็น 6 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.000–1.833 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก

ค่าเฉลี่ย 1.834–2.666 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.667–3.499 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 3.500–4.332 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 4.333–5.165 คือ เห็นด้วยระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 5.166–6.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

ส่วนเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงซึ่งใช้ระดับความเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก

ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 คือ เห็นด้วยระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

3.2.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง โดยใช้สถิติอ้างอิงสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่มีลักษณะอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกหรือลบ และมีขนาดความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ซึ่งต้องตรวจสอบตัวแปรอิสระทุกตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ใช้การพิจารณาจากดัชนีความเพ้อของค่าสัมประสิทธิ์ (Variance inflation factor: VIF) ซึ่งต้องเกิน 10 และค่าพิกัดความเพ้อ (Tolerance) มีค่าเข้าใกล้ 1 และการตรวจสอบความอิสระของความคลาดเคลื่อน (Independence of errors) เพื่อพิจารณาการเกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (Autocorrelation) โดยตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์ภายใน ใช้การพิจารณาค่าเดอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson) ซึ่งต้องมีค่าเข้าใกล้ 2 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5–2.5

3.2.4.3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุในลักษณะโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure equation model: SEM) เพื่อสามารถวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ร่วมกัน ทำให้สามารถพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่สามารถส่งอิทธิพลในลักษณะทางตรงหรือทางอ้อมไปยังตัวแปรตาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลเชิงประจักษ์มาใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อยืนยันและสนับสนุนอิทธิพลที่เกิดขึ้นในแต่ละตัวแปร การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรจำนวนมากด้วยการใช้สถิติในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ทำให้สามารถวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรจำนวนมาก และสามารถวัดความเที่ยงตรงตัวแปรกับทฤษฎีได้มากขึ้น ซึ่งหากใช้การวิเคราะห์เส้นทางเพียงอย่างเดียว โดยที่ไม่มีโมเดลการวัด จะเกิดจุดอ่อนในเรื่องของค่าประสิทธิระหว่างตัวแปรสังเกตได้นั้นมีความคลาดเคลื่อนมากกว่าปกติ ดังนั้นหากใช้โมเดลสมการโครงสร้างจะทำให้ทราบถึงขนาดของความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปร ส่งผลให้อำนาจในการทดสอบทางสถิติมีมากขึ้น (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, 2557) ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะดังนี้

1) ลักษณะของตัวแปร

1.1) ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) เป็นตัวแปรที่สามารถวัดได้ ซึ่งเป็นข้อความคำถามในแบบสอบถาม ใช้สัญลักษณ์ □

1.2) ตัวแปรแฝง (Latent variable) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่สามารถวัดจากตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ใช้สัญลักษณ์ ○

1.3) ตัวแปรควบคุม (Control variable) ได้แก่ เพศ อายุ สถาบันที่กำลังศึกษา อาชีพของครอบครัว ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ การเข้ารับการอบรมด้านการประกอบธุรกิจ

2) เกณฑ์การพิจารณาถึงความสอดคล้องของโมเดล

การทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้างจึงเป็นการนำกรอบแนวคิดของผู้วิจัยหรือเรียกว่า โมเดลของการเป็นผู้ประกอบการใหม่มาพิจารณาถึงความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีเกณฑ์การพิจารณาถึงความสอดคล้องของโมเดล (Model fit) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ดังนี้

2.1) ค่าความความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) จะต้องมามีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่า โมเดลของการเป็นผู้ประกอบการใหม่มีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

$$H_0: \Sigma = S$$

$$H_1: \Sigma \neq S$$

2.2) ค่าดัชนีรากที่สองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root mean square error of approximation: RMSEA) เพื่อพิจารณาความกลมกลืนของโมเดลการเป็นผู้ประกอบการใหม่กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งควรมีค่าเข้าใกล้ 0 และไม่เกิน 0.08

2.3) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative fit index: CFI) ใช้วัดการซ้อนทับซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.9

2.4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Trucker lewis index: TLI) เพื่อใช้วัดการซ้อนทับซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.9

2.5) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of fit index: GFI) เพื่อพิจารณาความกลมกลืนของโมเดลการเป็นผู้ประกอบการใหม่กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งต้องมากกว่า 0.9 และยังมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลนี้มีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มาก

2.6) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (Adjusted goodness of fit index: AGFI) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.9

2.7) ค่าดัชนีค่าเฉลี่ยรากที่สองของส่วนที่เหลือ (Standard root mean square residual: SRMR) ซึ่งควรมีค่าน้อยกว่า 0.05

สำหรับเกณฑ์การพิจารณาถึงความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะใช้เกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่ใช้พิจารณาในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 คน และมีตัวแปรสังเกตได้มากกว่าหรือเท่ากับ 30 ตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าความความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative fit index: CFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.9 ค่าดัชนีค่าเฉลี่ยรากที่สองของส่วนที่เหลือ (Standard root mean square residual: SRMR) ซึ่งควรมีค่าน้อยกว่า 0.08 และค่าดัชนีรากที่สองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root mean square error of approximation: RMSEA) มีค่าไม่เกิน 0.08

3.3 ช่วงที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นมีข้อดีคือ การได้รับข้อมูลเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลมีความยืดหยุ่นในการให้ข้อมูลที่มีรายละเอียดมากกว่าการใช้แบบสอบถาม ทำให้สามารถอธิบายถึงสาเหตุของปรากฏการณ์ได้ตามบริบทสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงได้ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถช่วยผู้วิจัยในการเข้าถึงความคิดและความรู้สึกที่ได้อธิบายถึงความหมายตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล (Johnson & Onwuegbuzie, 2004; Sutton & Austin, 2015) แต่มีข้อเสียคือ ใช้เวลาค่อนข้างนาน และผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจึงอาจทำให้เกิดการโน้มเอียงของข้อมูลได้ (Johnson & Onwuegbuzie, 2004) โดยการวิจัยในช่วงที่สองดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทักษะทางจิตวิทยาส่วนบุคคล แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้หรือไม่อย่างไร จึงทำให้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาอธิบายถึงสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างในช่วงแรกที่ได้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยสำรวจจากผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง (High entrepreneurial intention) ซึ่งมีระดับความคิดเห็นความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการค่าเฉลี่ยของอยู่ระหว่าง 6.143–7.000

3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพจะเรียกว่า ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมต้องมีไม่น้อยกว่า 12 คน (Guest, Bunce, & Johnson, 2006) ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่ได้เริ่มทำธุรกิจแล้ว และผู้ที่ยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจจนกระทั่งได้รับข้อมูลที่มีความอึดตัว ซึ่งแสดงถึงการที่ได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันหรือซ้ำกัน และได้รับข้อมูลที่มีความเพียงพอในการใช้ตอบคำถามการวิจัย

3.3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะคือ เป็นผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูง และได้ให้ข้อมูลติดต่อทางอีเมลหรือโทรศัพท์ในช่วงที่เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถใช้ติดต่อเพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการให้ข้อมูลได้

3.3.2 เครื่องมือในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและข้อมูล

3.3.2.1 เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้วิจัย ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพราะเป็นผู้ที่ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังสำเร็จการศึกษา ซึ่งวิธีการสัมภาษณ์มี 3 ประเภทคือ 1) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีระบบ โดยมีขั้นตอนล่วงหน้า มีการจัดเตรียมชุดคำถามเพื่อให้ตอบคำถามในแต่ละข้อไว้อย่างชัดเจน 2) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interview) มีการเตรียมขั้นตอนล่วงหน้า และมีการใช้ข้อความในการสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้และสามารถเลือกใช้ข้อความได้ตามความเหมาะสมในขณะสัมภาษณ์ 3) การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดข้อความไว้ก่อนล่วงหน้ามีความยืดหยุ่น (Cooper & Schindler, 2014; Myers & Newman, 2007) ในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนและหัวข้อในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าแต่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนลำดับข้อความในการสัมภาษณ์ได้ ซึ่งทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ และได้รับข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วย

3.3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคำถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน เพื่อปรับปรุงข้อความในแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้อง เหมาะสม ก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล

3.3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลหลังจากที่ได้สัมภาษณ์แล้วนั้นเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องด้วยผู้วิจัยมีการนำข้อมูลไปใช้ในการแปลความหมายและตีความ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่กำลังศึกษา ซึ่งอาจมีความโน้มเอียงของข้อมูล จึงควรจะมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อมูล (Creswell, 2014)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ของ Cohen et al. (2007) ซึ่งประกอบด้วย การตรวจสอบด้านข้อมูลที่ได้รับนั้นมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และตรวจสอบด้านผู้วิจัยว่าผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลตรงกันกับผู้ช่วยผู้วิจัยที่ทำหน้าที่บันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้ระบุนำดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลอยู่ในขั้นตอนที่ 5 ของการเก็บรวบรวมข้อมูล และเมื่อผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลอภิปรายผลด้วยการตีความแล้วให้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลโดยการสะท้อนกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง ซึ่งอยู่ในขั้นตอนที่ 7 ของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลก่อนนำไปเขียนรายงานผลการศึกษา

ส่วนการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบบันทึกการสัมภาษณ์ (Check transcripts) อีกครั้ง เพื่อให้มีความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์มีครบถ้วน และลงรหัสถูกต้อง รวมถึงให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบการลงรหัสข้อมูลอีกครั้ง (Cross-check codes) จากแบบสัมภาษณ์นั้น ได้ลงรหัสข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน (Creswell, 2014; Gibbs, 2007) ซึ่งจะดำเนินการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยและใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดของข้อมูลมากขึ้น โดยเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพหลังจาก 6 เดือนที่สำเร็จการศึกษา ผู้วิจัยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ติดต่อกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามความตั้งใจสูงที่จะเป็นผู้ประกอบการในการศึกษาระยะที่ 1 ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 6.143–7.000 โดยผู้วิจัยจะติดต่อไปทุกคนที่ได้ให้ช่องทางการติดต่อทางอีเมลหรือทางโทรศัพท์

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อเพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 3 การสัมภาษณ์ได้กำหนดระยะเวลาที่สัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลใช้เวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง (Cooper & Schindler, 2014) โดยใช้เวลาในการแนะนำผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยวัตถุประสงค์ในการวิจัย รวมถึงพูดคุยประเด็นทั่ว ๆ ไป เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูล 15–20 นาทีแรก หลังจากนั้นเริ่มสัมภาษณ์ในประเด็นคำถามหลักใช้เวลาไม่เกิน 90 นาที หลังจากนั้นสรุปประเด็นที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลใช้เวลา 15–20 นาที ในการทั้งนี้จะขออนุญาตจัดบันทึกข้อมูลสัมภาษณ์ลงในแบบสัมภาษณ์ และบันทึกเสียง

ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ดังนั้นในการสัมภาษณ์จะใช้คำถามเฉพาะ (Specific question) และเมื่อได้คำตอบจากผู้ให้ข้อมูลแล้ว จะใช้คำตอบนั้นเป็นแนวทางในการถามต่อเนื่อง (Probing questions) (Cooper & Schindler, 2014) โดยคำถามเฉพาะนั้นจะใช้ถามผู้ให้ข้อมูลทุกคน จึงถือเป็นคำถามหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลอธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ และคำถามต่อเนื่องนั้นจะเป็นคำถามรองที่ได้จัดเตรียมไว้ แต่จะพิจารณาเลือกใช้คำถามใดนั้นขึ้นอยู่กับคำตอบคำถามหลักจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวหัวข้อการสัมภาษณ์ (Interview guide) สามารถพิจารณาได้จากภาคผนวก ค

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงสามารถให้รายละเอียดและอธิบายในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความ (Interpretative phenomenon analysis) โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้แนะนำขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Colaizzi, 1978; Goulding, 2005; Shosha, 2012) ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 อ่านบันทึกสัมภาษณ์ซ้ำหลาย ๆ ครั้ง เพื่อทำความเข้าใจกับความรู้สึกและแนวคิดของผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 พิจารณาคำสำคัญ (Keyword) และประโยคที่เป็นข้อความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดความหมายในแต่ละข้อความสำคัญ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความหมายด้วยการใช้รหัสข้อมูล (Code) ที่จัดเก็บเป็นทะเบียนรหัส (Code book) ซึ่งจัดเป็นกลุ่มหัวข้อ (Theme) ได้แก่

AT คือทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

SN คือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

PBC คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

PsyCap คือ ทักษะจิตวิทยาต้านบวก

RT คือ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

OTH คือ อื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการลงรหัสข้อมูล (Coding) ในแบบสัมภาษณ์ที่มีคำสำคัญและประโยค ข้อความตามการแปลความหมาย แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบการลงรหัสข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งเป็นการตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่นของข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำประโยคหรือข้อความที่อยู่ในกลุ่มความหมายเดียวกันมาอยู่ในกลุ่มหัวข้อเดียวกัน (Theme) แล้วบรรยายอย่างละเอียดถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ขั้นตอนที่ 6 ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบแก่นสาระ (Thematic analysis) ด้วยการพิจารณาเฉพาะข้อความที่มีสาระสำคัญที่ใช้อธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของทฤษฎีกับปรากฏการณ์ที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อตอบคำถามการวิจัยและอธิบายผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 7 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาอภิปรายผลแบบตีความ (Interpretation) สะท้อนกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลยืนยันความถูกต้องอีกครั้งตามช่องทางการติดต่อที่ได้ไว้ในวันสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของผลการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการนำไปเขียนสรุปรายงานผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพในการใช้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งผู้วิจัยจะสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และอธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งใช้วิธีการศึกษาแบบวิธีผสมผสานด้วยรูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาข้อมูล 2 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและช่วงที่ 2 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับในบทนี้ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถพิจารณาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ และผลการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณได้ดำเนินการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติและสัญลักษณ์ของตัวแปร เพื่อใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ทางสถิติ

สัญลักษณ์ ความหมาย

\bar{X} ค่าเฉลี่ย

S.D. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

SK	ค่าความเบ้
KU	ค่าความโด่ง
χ^2	ค่าไคสแควร์
df	ค่าองศาอิสระ
RMSEA	ค่าดัชนีรากที่สองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน
CFI	ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์
SRMR	ค่าดัชนีค่าเฉลี่ยรากที่สองของส่วนที่เหลือ
R^2	ค่าสถิติการทำนาย
S.E.	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
Z	ค่าสถิติซี
CR	ค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ
AVE	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกต้องได้
สัญลักษณ์ของตัวแปร	
EI	ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ
EI1	ความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ
EI2	เป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ
EI3	ความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ
EI4	สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน
EI5	ความจริงใจในการเริ่มต้นทำธุรกิจ
EI6	ความตั้งใจที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ
EA	ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ
EA1	มีผลดีต่อตัวเอง
EA2	น่าดึงดูดใจ
EA3	มีโอกาสและทรัพยากร
EA4	มีความพึงพอใจ
EA5	อาชีพที่จะเลือก
SN	การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ
SN1	พ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
SN2	พี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
SN3	เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ

SN4	เพื่อนร่วมชั้นเรียนเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
SN5	ครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
SN6	บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ
PBC	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
PBC1	มีความง่าย
PBC2	การควบคุมสถานการณ์
PBC3	โอกาสประสบความสำเร็จ
PBC4	การเตรียมความพร้อม
PBC5	วิธีปฏิบัติที่จำเป็น
PBC6	การพัฒนาธุรกิจ
PSY	ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก
PSY1	การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ
PSY2	การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น
PSY3	ความสามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือในวิสัยทัศน์
PSY4	มีหลายหนทางในการทำธุรกิจใหม่
PSY5	การมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม
PSY6	เมื่อมีอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ
PSY7	การพบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่
PSY8	การเป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง
PSY9	การที่ไม่เครียดเมื่อต้องทำธุรกิจ
PSY10	ความสามารถผ่านช่วงที่ยากไปได้
PSY11	การมองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต
PSY12	การมองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ
RT	แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง
RT1	กล้าได้กล้าเสีย
RT2	ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง
RT3	กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้
RT4	การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ
RT5	กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่
RT6	การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 82.30 อายุเฉลี่ย 21 ปี จากสถาบันศึกษาในภาคใต้ จำนวน 8 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (ร้อยละ 15.40) รองลงมาคือ วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช (ร้อยละ 15.20) มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (ร้อยละ 14.70) มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (ร้อยละ 13.60) วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต (ร้อยละ 11.30) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 10.50) วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 9.70) วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา (ร้อยละ 9.60) ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาในชั้นปีสุดท้ายของสาขาการตลาด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมาคือ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ร้อยละ 19.70) สาขาการจัดการ (ร้อยละ 19) สาขาบัญชี (ร้อยละ 11.30) สาขาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ (ร้อยละ 8.30) และสาขาอื่น ๆ เช่น การจัดการสำนักงาน (ร้อยละ 7.20) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (ร้อยละ 5.20) การจัดการการค้าปลีก (ร้อยละ 4.10) การจัดการโลจิสติกส์ (ร้อยละ 2) เป็นต้น สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	131	16.80
หญิง	643	82.30
ไม่ระบุ	7	0.90
รวม	781	100.00
2. สถาบันที่ศึกษา		
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	120	15.40
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	115	14.70
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	75	9.60
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	82	10.50
วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช	119	15.20
วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต	88	11.30
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา	106	13.60

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วิทยาลัยอาชีวศึกษาศุราษฎร์ธานี	76	9.70
รวม	781	100.00
3. สาขาวิชาที่ศึกษา		
การจัดการ	148	19.00
การจัดการการเป็นผู้ประกอบการ	65	8.30
การจัดการการค้าปลีก	32	4.10
การจัดการโลจิสติกส์	16	2.00
การจัดการสำนักงาน	56	7.20
การตลาด	181	23.20
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	41	5.20
การบัญชี	88	11.30
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	154	19.70
รวม	781	100.00

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางด้านตัวแปร

สำหรับผลการวิเคราะห์ตัวแปรตามคือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทักษะทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง โดยใช้สถิติพรรณนาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงค่าความถี่ซึ่งเป็นการนำเสนอค่าความเบ้ ค่าความโด่งของข้อมูล สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.2 ถึงตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
1) มีความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ	5.972	0.875	-0.843	0.675	มาก
2) เป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ	5.927	0.888	-0.682	0.278	มาก
3) ความพยายามที่จะเป็นผู้ประกอบการ	5.982	0.927	-0.779	0.329	มาก
4) สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน	6.190	0.834	-0.927	0.652	มากที่สุด
5) ความจริงจังที่จะสร้างธุรกิจ	6.046	0.900	-0.798	0.340	มาก
6) ความตั้งใจที่จะมีธุรกิจในอนาคต	6.237	0.828	-0.899	0.362	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	6.059	0.875	-0.821	0.439	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโด่ง ค่าเฉลี่ย 1.000–1.857 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.858–2.714 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.715–3.571 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ย 3.572–4.428 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 4.429–5.285 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 5.286–6.142 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 6.143–7.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.059$, S.D. = 0.875) ซึ่งในองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความตั้งใจที่จะมีธุรกิจในอนาคต ($\bar{X} = 6.237$, S.D. = 0.828) สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 6.190$, S.D. = 0.834) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความจริงจังที่จะสร้างธุรกิจ ($\bar{X} = 6.046$, S.D. = 0.900) มีความพยายามที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 5.982$, S.D. = 0.927) มีความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 5.972$, S.D. = 0.875) และเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 5.927$, S.D. = 0.888) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.682 ถึง -0.927 ทำให้เห็นว่ามีค่าความเบ้ติดลบแสดงว่า ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.278 ถึง 0.675 ซึ่งมีค่าความโด่งเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
1) มีผลดีต่อตัวเอง	5.892	0.921	-0.828	0.600	มาก
2) น่าดึงดูดใจ	5.978	0.818	-0.577	0.160	มาก
3) มีโอกาสและทรัพยากร	5.927	0.876	-0.613	0.067	มาก
4) มีความพึงพอใจ	5.930	0.854	-0.635	0.352	มาก
5) อาชีพที่จะเลือก	5.915	0.885	-0.613	-0.030	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	5.928	0.871	-0.653	0.230	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโด่ง ค่าเฉลี่ย 1.000–1.857 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.858–2.714 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.715–3.571 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ย 3.572–4.428 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 4.429–5.285 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 5.286–6.142 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 6.143–7.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.928$, S.D. = 0.871) ซึ่งทุกองค์ประกอบของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ นำดีใจ ($\bar{X} = 5.978$, S.D. = 0.818) มีความพึงพอใจ ($\bar{X} = 5.930$, S.D. = 0.854) มีโอกาสและทรัพยากร ($\bar{X} = 5.927$, S.D. = 0.876) อาชีพที่จะเลือก ($\bar{X} = 5.915$, S.D. = 0.885) มีผลดีต่อตัวเอง ($\bar{X} = 5.892$, S.D. = 0.921) สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.577 ถึง -0.828 ทำให้เห็นว่ามีค่าความเบ้ติดลบแสดงว่าข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.030 ถึง 0.600 ซึ่งมีค่าความโด่งที่เป็นลบมี 1 ตัวแปรสังเกตได้นั้นหมายถึง ค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ ส่วนอีก 4 ตัวแปรสังเกตได้ค่าความโด่งที่เป็นบวก แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลภาพรวมของค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
1) พ่อแม่เห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.999	0.890	-0.806	0.478	มาก
2) พี่น้องเห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.755	0.951	-0.605	-0.085	มาก
3) เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.829	0.881	-0.594	0.086	มาก
4) เพื่อนร่วมชั้นเรียนเห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.722	0.907	-0.497	-0.205	มาก
5) ครู/อาจารย์เห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.732	0.969	-0.500	-0.336	มาก
6) บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	5.712	0.923	-0.582	0.056	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	5.792	0.920	-0.597	-0.001	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโด่ง ค่าเฉลี่ย 1.000–1.857 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.858–2.714 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.715–3.571 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ย 3.572–4.428 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 4.429–5.285 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 5.286–6.142 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 6.143–7.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.792$, S.D. = 0.920) ซึ่งทุกองค์ประกอบของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งบุคคลที่มีความเห็นด้วยกับการที่ตัดสินใจ

เป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ พ่อแม่ ($\bar{X} = 5.999$, S.D. = 0.890) เพื่อนสนิท ($\bar{X} = 5.829$, S.D. = 0.881) พี่น้อง ($\bar{X} = 5.755$, S.D. = 0.951) ครูหรืออาจารย์ ($\bar{X} = 5.732$, S.D. = 0.969) เพื่อนร่วมชั้นเรียน ($\bar{X} = 5.722$, S.D. = 0.907) บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิด ($\bar{X} = 5.712$, S.D. = 0.923) สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.497 ถึง -0.806 ทำให้เห็นว่ามีค่าความเบ้ติดลบแสดงว่า ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.085 ถึง -0.336 ซึ่งมี 3 ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความโด่งที่เป็นลบนั้นหมายถึง ค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ ส่วนอีก 3 ตัวแปรสังเกตได้ ค่าความโด่งที่เป็นบวก มีค่าอยู่ระหว่าง 0.056 ถึง 0.478 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลภาพรวมของค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
1) มีความง่าย	5.544	0.933	-0.555	0.109	มาก
2) การเตรียมความพร้อม	5.805	0.891	-0.542	0.008	มาก
3) การควบคุมสถานการณ์	5.596	0.928	-0.591	0.327	มาก
4) วิธีปฏิบัติที่จำเป็น	5.721	0.898	-0.454	-0.153	มาก
5) การพัฒนาธุรกิจ	5.698	0.898	-0.505	0.022	มาก
6) โอกาสแห่งความสำเร็จ	5.863	0.865	-0.553	0.052	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	5.705	0.902	-0.533	0.061	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโด่ง ค่าเฉลี่ย 1.000–1.857 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.858–2.714 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.715–3.571 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ย 3.572–4.428 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 4.429–5.285 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 5.286–6.142 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 6.143–7.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.705$, S.D. = 0.902) ซึ่งทุกองค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ โอกาสแห่งความสำเร็จ ($\bar{X} = 5.863$, S.D. = 0.865) การเตรียมความพร้อม ($\bar{X} = 5.805$, S.D. = 0.891) วิธีปฏิบัติที่จำเป็น ($\bar{X} = 5.721$, S.D. = 0.898) การพัฒนาธุรกิจ ($\bar{X} = 5.698$, S.D. = 0.898) การควบคุมสถานการณ์ ($\bar{X} = 5.596$, S.D. = 0.928) มีความง่าย ($\bar{X} = 5.544$, S.D. = 0.933) สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness)

มีค่าอยู่ระหว่าง -0.454 ถึง -0.591 และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) มี 1 ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความโด่งเท่ากับ -0.153 ซึ่งเป็นลบนั้นหมายถึง ค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ ส่วนอีก 5 ตัวแปรสังเกตได้ค่าความโด่งที่เป็นบวก มีค่าอยู่ระหว่าง 0.008 ถึง 0.327 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลภาพรวมของค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้น โดยภาพรวมแล้วตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
ด้านความหวัง	4.897	0.772	-0.441	0.241	มาก
1) มีหลายหนทางในการทำธุรกิจใหม่	4.931	0.727	-0.315	0.013	มาก
2) การมองเห็นถึงความสำเร็จในการเตรียมความพร้อม	4.849	0.785	-0.430	0.173	มาก
3) เมื่อมีอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ	4.940	0.739	-0.420	0.174	มาก
4) พบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่	4.868	0.838	-0.599	0.604	มาก
ด้านการมองโลกในแง่ดี	5.056	0.745	-0.463	0.050	มาก
5) การมองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ	5.029	0.762	-0.538	0.370	มาก
6) การมองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต	5.083	0.728	-0.388	-0.270	มาก
ด้านการฟื้นคืนพลัง	4.922	0.801	-0.570	0.437	มาก
7) การเป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง	4.965	0.783	-0.468	0.066	มาก
8) การที่ไม่เครียดเมื่อต้องทำธุรกิจ	4.872	0.795	-0.519	0.427	มาก
9) ความสามารถผ่านช่วงที่ยากไปได้ เพราะมีประสบการณ์ที่ยากกว่านี้มาก่อน	4.929	0.824	-0.722	0.817	มาก
ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	4.834	0.752	-0.397	0.253	มาก
10) สามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อในวิสัยทัศน์ได้	4.830	0.734	-0.424	0.478	มาก
11) การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ	4.812	0.749	-0.431	0.395	มาก
12) การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น	4.859	0.773	-0.335	-0.114	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.912	0.770	-0.477	0.266	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโด่ง ค่าเฉลี่ย 1.000–1.833 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.834–2.666 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.667–3.499 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ย 3.500–4.332 คือ เห็นด้วยระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 4.333–5.165 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 5.166–6.000 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านทุนทางจิตวิทยาคำนวณพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.912$, S.D. = 0.770) ซึ่งทุกองค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาคำนวณมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมองโลกในแง่ดี ($\bar{X} = 5.056$, S.D. = 0.745) ด้านการฟื้นคืนพลัง ($\bar{X} = 4.922$, S.D. = 0.801) ด้านความหวัง ($\bar{X} = 4.897$, S.D. = 0.772) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ($\bar{X} = 4.834$, S.D. = 0.752) สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.315 ถึง -0.722 ทำให้เห็นว่ามีค่าความเบ้ติดลบแสดงว่า ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาค่าความโค้ง (Kortosis) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.114 ถึง -0.270 ซึ่งมี 2 ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความโค้งที่เป็นลบนั้นหมายถึง ค่าความโค้งต่ำกว่าปกติ ส่วนอีก 10 ตัวแปรสังเกตได้ ค่าความโค้งที่เป็นบวก มีค่าอยู่ระหว่าง 0.013 ถึง 0.817 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลภาพรวมของค่าความเบ้และความโค้งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

ตัวแปรสังเกตได้	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับ
1) กล้าได้กล้าเสีย	3.885	0.777	-0.470	0.451	มาก
2) ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง	4.024	0.731	-0.472	0.238	มาก
3) กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้	3.853	0.752	-0.182	-0.281	มาก
4) การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ	3.984	0.737	-0.341	-0.085	มาก
5) กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่	4.089	0.757	-0.612	0.583	มาก
6) การเคยได้ทำสิ่งที่ทำทายน	3.955	0.769	-0.447	0.210	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.965	0.754	-0.421	0.186	มาก

หมายเหตุ; SK คือ ค่าความเบ้ และ KU คือ ค่าความโค้ง ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 คือ เห็นด้วยระดับน้อยมาก ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 คือ เห็นด้วยเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 คือ เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 คือ เห็นด้วยระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 คือ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.965$, S.D. = 0.754) ซึ่งทุกองค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ($\bar{X} = 4.089$, S.D. = 0.757) ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง ($\bar{X} = 4.024$, S.D. = 0.731) การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.984$, S.D. = 0.737) การเคยได้ทำสิ่งที่ทำทายน ($\bar{X} = 3.955$, S.D. = 0.769) กล้าได้กล้าเสีย ($\bar{X} = 3.885$, S.D. = 0.777) กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ ($\bar{X} = 3.853$, S.D. = 0.752) สำหรับผลการ

วิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.182 ถึง -0.612 ทำให้เห็นว่ามีค่าความเบ้ติดลบแสดงว่า ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.085 ถึง -0.281 ซึ่งมี 2 ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความโด่งที่เป็นลบนั้นหมายถึง ค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ ส่วนอีก 4 ตัวแปรสังเกตได้ ค่าความโด่งที่เป็นบวก มีค่าอยู่ระหว่าง 0.210 ถึง 0.583 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลภาพรวมของค่าความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตัวแปรนั้นมีการกระจายตัวเป็นโค้งปกติ โดยข้อมูลความเบ้และความโด่งเข้าใกล้ศูนย์ ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้มีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ ผู้วิจัยจึงนำดำเนินการวิเคราะห์หองค์ประกอบยืนยันต่อไป

4.2 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบยืนยัน

ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) ซึ่งทำให้สามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัด เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ โดยจะนำเสนอการวิเคราะห์หองค์ประกอบยืนยันของโมเดลการวัดของแต่ละตัวแปรดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

4.2.1.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	EI1	EI2	EI3	EI4	EI5	EI6
EI1	1					
EI2	0.626	1				
EI3	0.569	0.617	1			
EI4	0.510	0.553	0.673	1		
EI5	0.517	0.598	0.679	0.694	1	
EI6	0.520	0.549	0.560	0.709	0.669	1

จากตารางที่ 4.8 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.510 ถึง 0.709 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.1.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.9 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	16.744	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.142	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.948	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.041	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งค่า $\chi^2 = 150.695$, $df = 9$, $\chi^2/df = 16.744$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 5 และค่า RMSEA = 0.142 มีค่ามากกว่า 0.08 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการ

ปรับโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 2 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2/df	RMSEA	CFI	SRMR
1	EI2 กับ EI1	10.259	0.109	0.973	0.028
2	EI6 กับ EI3	3.670	0.058	0.993	0.017

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการปรับ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับ โมเดลครั้งที่ 2 พบว่า $\chi^2 = 25.688$, $df = 7$, $\chi^2/df = 3.670$, $RMSEA = 0.058$, $CFI = 0.993$, $SRMR = 0.017$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

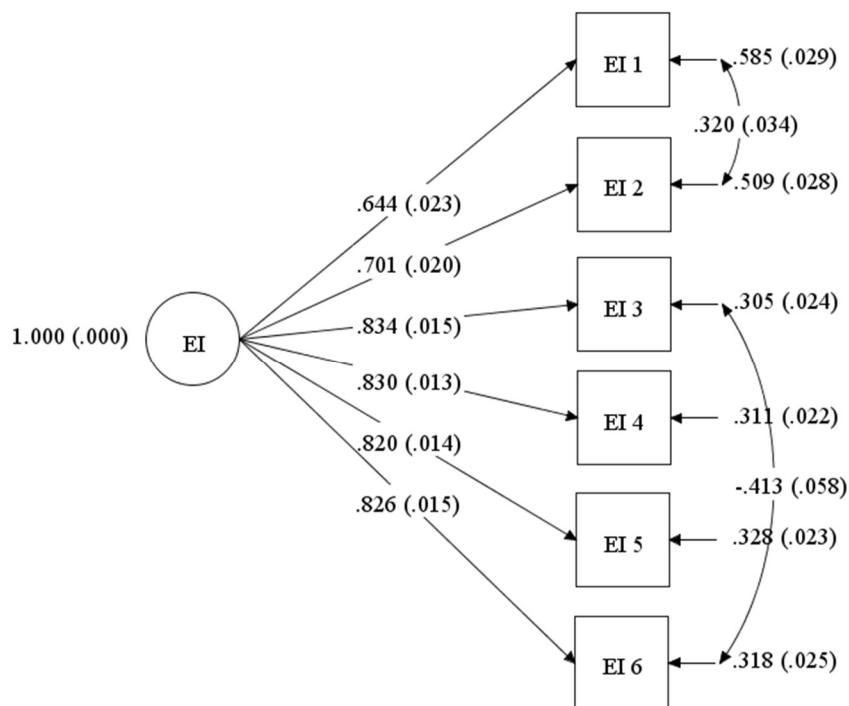
4.2.1.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.11 และภาพประกอบที่ 4.1

ตารางที่ 4.11 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
EI1	0.644	0.023	28.579	0.415
EI2	0.701	0.020	35.289	0.491
EI3	0.834	0.015	57.228	0.695
EI4	0.830	0.013	62.685	0.689
EI5	0.820	0.014	59.483	0.672
EI6	0.826	0.015	55.087	0.682

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทั้ง 6 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (EI3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.834 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ สร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน (EI4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.830 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 68.9 ด้านความตั้งใจที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (EI6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.826 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 68.2 ด้านความจริงจังในการเริ่มต้นทำธุรกิจ (EI5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.820 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 67.2 ด้านเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.701 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 49.1 ด้านความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.644 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 41.5 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.644 ถึง 0.834 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.1 โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากภาพประกอบที่ 4.1 แสดงโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 6 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.902 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกลบออกได้ (AVE) เท่ากับ 0.608 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

4.2.2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	EA1	EA2	EA3	EA4	EA5
EA1	1				
EA2	0.432	1			
EA3	0.425	0.568	1		
EA4	0.479	0.517	0.580	1	
EA5	0.402	0.530	0.583	0.587	1

จากตารางที่ 4.12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.402 ถึง 0.587 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.2.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.13 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	2.954	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.050	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.993	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.018	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า $\chi^2 = 14.769$, $df = 5$, $\chi^2/df = 2.954$, $RMSEA = 0.050$, $CFI = 0.993$, $SRMR = 0.018$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

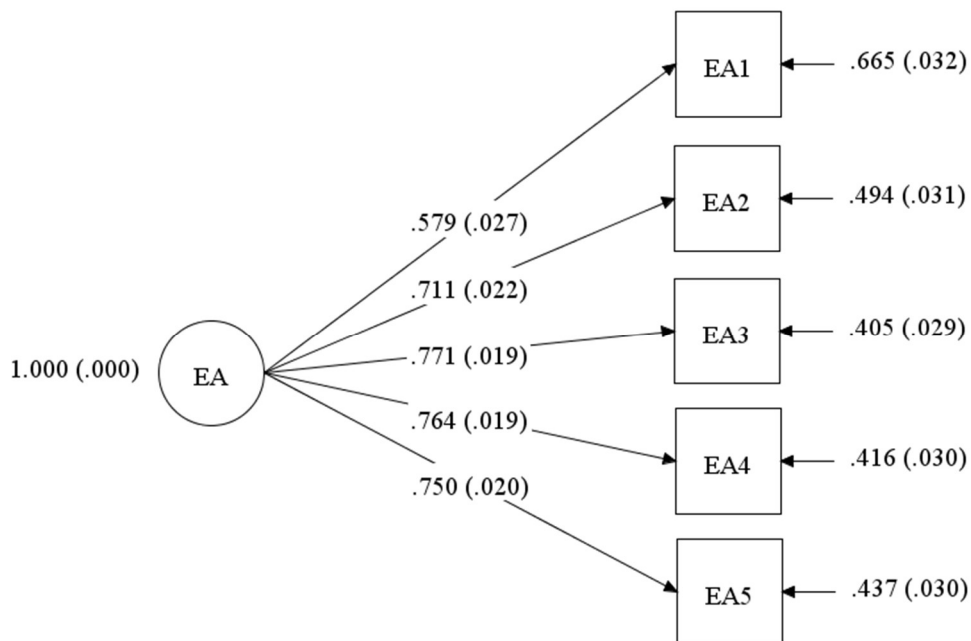
4.2.2.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.14 และภาพประกอบที่ 4.2

ตารางที่ 4.14 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
EA1	0.579	0.027	21.267	0.335
EA2	0.711	0.022	32.835	0.506
EA3	0.771	0.019	40.459	0.595
EA4	0.764	0.019	39.456	0.584
EA5	0.750	0.020	37.607	0.563

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 5 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการมีโอกาสรวยและทรัพย์สิน (EA3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.771 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ ด้านการมีความพึงพอใจ (EA4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.764 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 58.4 ด้านเป็นอาชีพที่จะเลือก (EA5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.750 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 56.3 ด้านความน่าเชื่อถือใจ (EA2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.711 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 50.6 ด้านการส่งผลดี (EA1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.579 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 33.5 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.579 ถึง 0.771 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.2 โมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

จากภาพประกอบที่ 4.2 แสดงโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 5 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.841 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.516 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

4.2.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญได้ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

ตัวแปร	SN1	SN2	SN3	SN4	SN5	SN6
SN1	1					
SN2	0.561	1				
SN3	0.537	0.621	1			
SN4	0.499	0.574	0.659	1		
SN5	0.496	0.553	0.602	0.605	1	
SN6	0.470	0.567	0.592	0.635	0.671	1

จากตารางที่ 4.15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.470 ถึง 0.671 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.3.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.16 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	7.253	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.089	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.977	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.028	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า $\chi^2 = 65.280$, $df = 9$, $\chi^2/df = 7.253$ มีค่ามากกว่า 5 และค่า RMSEA =

0.089 มีค่ามากกว่า 0.08 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 1 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การปรับโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	SN6 กับ SN5	3.870	0.061	0.990	0.020

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการปรับโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 1 พบว่า ค่า $\chi^2 = 30.961$, $df = 8$, $\chi^2/df = 3.870$, $RMSEA = 0.061$, $CFI = 0.990$, $SRMR = 0.020$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

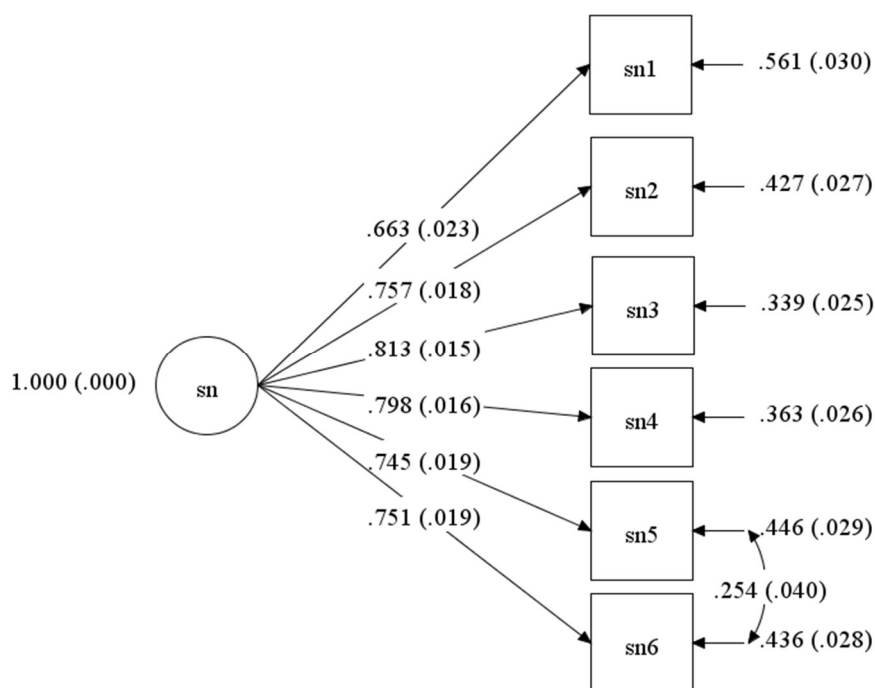
4.2.3.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.18 และภาพประกอบที่ 4.3

ตารางที่ 4.18 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
SN1	0.663	0.023	29.303	0.439
SN2	0.757	0.018	41.749	0.573
SN3	0.813	0.015	52.740	0.661
SN4	0.798	0.016	49.411	0.637
SN5	0.745	0.019	38.872	0.554
SN6	0.751	0.019	39.864	0.564

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญทั้ง 6 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านเพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.813 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ ด้านเพื่อนร่วมชั้นเรียนเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.798 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 63.7 ด้านพี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.757 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 57.3 ด้านบุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.751 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 56.4 ด้านครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.745 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 55.4 ด้านพ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.663 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 43.9 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.663 ถึง 0.813 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.3 โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

จากภาพประกอบที่ 4.3 แสดงโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 6 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.888 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.572 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

4.2.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตัวแปร	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4	PBC5	PBC6
PBC1	1					
PBC2	0.555	1				
PBC3	0.561	0.551	1			
PBC4	0.519	0.550	0.599	1		
PBC5	0.530	0.508	0.604	0.650	1	
PBC6	0.474	0.536	0.539	0.580	0.631	1

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.474 ถึง 0.650 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.4.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่ง
จะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.20 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุม
พฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	5.933	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.079	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.980	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.026	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืน
ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า $\chi^2 = 53.394$, $df = 9$, $\chi^2/df = 5.933$ ค่า χ^2/df มีค่า
มากกว่า 5 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรการ
รับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถ
พิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 1 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 การปรับโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมให้มีความสอดคล้อง
กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาด เคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	PBC5 กับ PBC2	3.698	0.059	0.990	0.021

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการปรับโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถใน
การควบคุมพฤติกรรมเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 1 พบว่า ค่า $\chi^2 =$
29.583, $df = 8$, $\chi^2 / df = 3.698$, RMSEA = 0.059, CFI = 0.990, SRMR = 0.021 แสดงว่า โมเดลการ

วัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.4.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

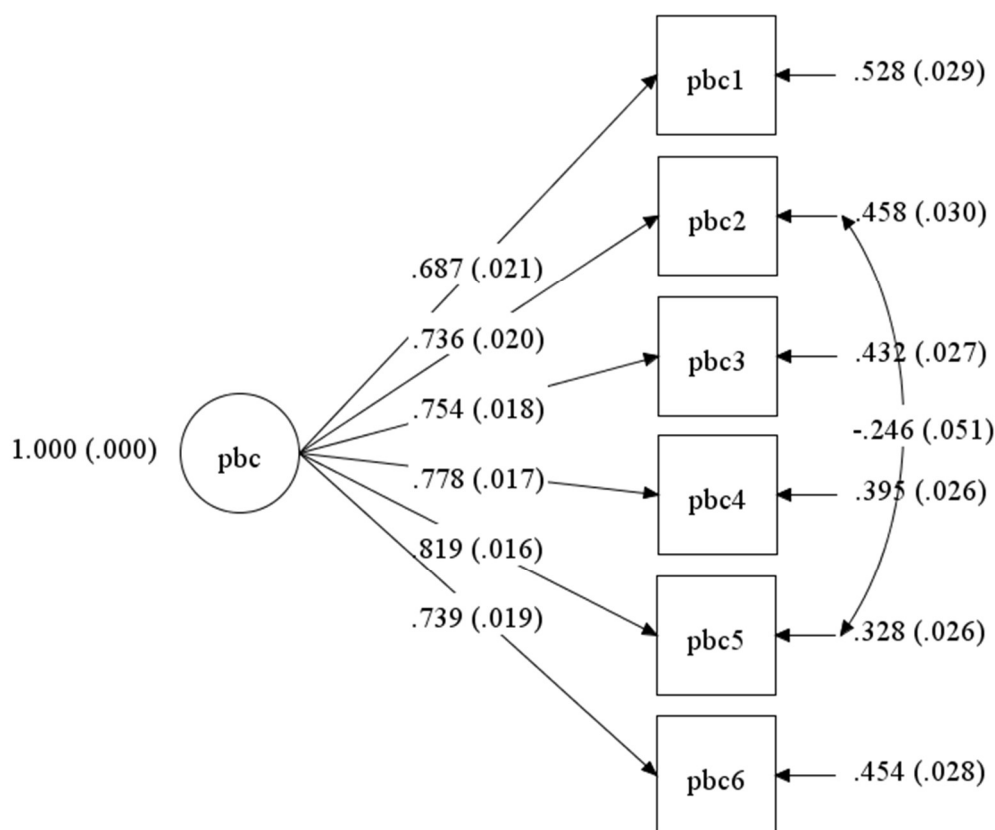
การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.22 และภาพประกอบที่ 4.4

ตารางที่ 4.22 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
PBC1	0.687	0.021	32.470	0.472
PBC2	0.736	0.020	36.518	0.542
PBC3	0.754	0.018	42.085	0.568
PBC4	0.778	0.017	46.499	0.605
PBC5	0.819	0.016	52.132	0.672
PBC6	0.739	0.019	39.581	0.546

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทั้ง 6 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านวิธีปฏิบัติที่จำเป็น (PBC5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.819 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ ด้านการเตรียมความพร้อม (PBC4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.778 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ร้อยละ 60.5 ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จ (PBC3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.754 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ร้อยละ 56.8 ด้านการพัฒนาธุรกิจ (PBC6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.739 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการ

ควบคุมพฤติกรรม ร้อยละ 54.6 ด้านการควบคุมสถานการณ์ (PBC2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.736 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมร้อยละ 54.2 ด้านความง่าย (PBC1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.687 และมีความแปรผันกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมร้อยละ 47.2 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.687 ถึง 0.81 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.4 โมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

จากภาพประกอบที่ 4.4 แสดงโมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 6 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.887 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.567 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

4.2.5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 12 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ได้ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

ตัวแปร	PSY1	PSY2	PSY3	PSY4	PSY5	PSY6	PSY7	PSY8	PSY9	PSY10	PSY11	PSY12
PSY1	1											
PSY2	0.595	1										
PSY3	0.509	0.587	1									
PSY4	0.456	0.501	0.516	1								
PSY5	0.454	0.488	0.483	0.501	1							
PSY6	0.435	0.480	0.431	0.548	0.570	1						
PSY7	0.405	0.418	0.383	0.423	0.510	0.538	1					
PSY8	0.441	0.416	0.420	0.458	0.474	0.515	0.576	1				
PSY9	0.423	0.415	0.403	0.400	0.474	0.446	0.501	0.594	1			
PSY10	0.399	0.425	0.434	0.404	0.466	0.482	0.484	0.518	0.526	1		
PSY11	0.360	0.407	0.401	0.395	0.426	0.472	0.442	0.496	0.463	0.541	1	
PSY12	0.418	0.391	0.426	0.425	0.475	0.479	0.432	0.534	0.447	0.549	0.691	1

จากตารางที่ 4.23 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.360 ถึง 0.691 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.5.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนี
ความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.24 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับข้อมูลเชิง
ประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	10.066	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.108	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.892	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.054	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร
ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับ
ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 543.578$, $df = 54$, $\chi^2/df = 10.066$ ค่า χ^2/df มีค่ามากกว่า 5 ส่วน
ค่า RMSEA = 0.108 มีค่ามากกว่า 0.08 และค่า CFI = 0.892 มีค่าน้อยกว่า 0.90 ซึ่งยังไม่เป็นไปตาม
เกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเพื่อให้
กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 4 ครั้ง สามารถพิจารณา
ได้ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 การปรับโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิง
ประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาด เคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	PSY12 กับ PSY11	7.156	0.089	0.928	0.046
2	PSY2 กับ PSY1	5.922	0.079	0.943	0.042
3	PSY3 กับ PSY2	5.029	0.072	0.955	0.038
4	PSY3 กับ PSY1	4.479	0.067	0.962	0.035

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการปรับโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก เพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับ โมเดลครั้งที่ 4 พบว่า ค่า $\chi^2 = 223.933$, $df = 50$, $\chi^2/df = 4.479$, $RMSEA = 0.067$, $CFI = 0.962$, $SRMR = 0.035$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้้นบวกมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.5.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้้นบวกข้อมูลเชิงประจักษ์

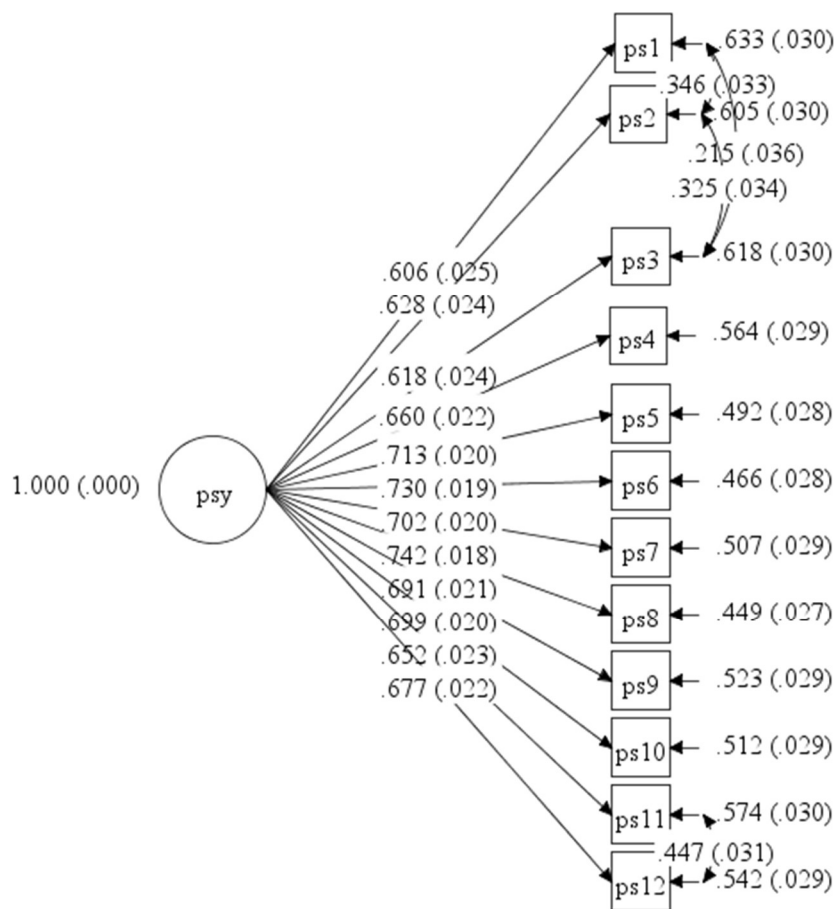
การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของ โมเดลการวัด ตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้้นบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.26 และภาพประกอบที่ 4.5

ตารางที่ 4.26 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
PSY1	0.606	0.025	24.367	0.367
PSY2	0.628	0.024	26.340	0.395
PSY3	0.618	0.024	25.411	0.382
PSY4	0.660	0.022	29.604	0.436
PSY5	0.713	0.020	35.983	0.508
PSY6	0.730	0.019	38.609	0.534
PSY7	0.702	0.020	34.524	0.493
PSY8	0.742	0.018	40.481	0.551
PSY9	0.691	0.021	33.090	0.477
PSY10	0.699	0.020	34.132	0.488
PSY11	0.652	0.023	28.698	0.426
PSY12	0.677	0.022	31.346	0.458

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้้นบวก ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุนทางจิตวิทยาด้้นบวกพบว่า ตัวแปร

สังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวกทั้ง 12 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการเป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง (PSY8) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.742 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 55.1 รองลงมาคือ ด้านการพบอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ (PSY6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.730 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 53.4 ด้านการมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม (PSY5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.713 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 50.8 ด้านการพบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ (PSY7) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.702 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 49.3 ด้านความสามารถผ่านช่วงที่ยากได้ (PSY10) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.699 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 48.8 ด้านการที่ไม่เครียดเมื่อต้องทำธุรกิจ (PSY9) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.691 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 47.7 ด้านการมองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ (PSY12) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.677 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 45.8 ด้านการมีหลายหนทางในการทำธุรกิจใหม่ (PSY4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.660 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 43.6 ด้านการมองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต (PSY11) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.652 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 42.6 การนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น (PSY2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.628 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 39.5 ด้านความสามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือในวิสัยทัศน์ (PSY3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.618 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 38.2 ด้านการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ (PSY1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.606 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ร้อยละ 36.7 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.606 ถึง 0.742 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.5 โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวก

จากภาพประกอบที่ 4.5 แสดงโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.910 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.459 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.50 แต่ทั้งนี้ Netemeyer, Bearden, and Sharma (2003) ได้กล่าวถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) อย่างน้อยควรมากกว่า 0.45 จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้มีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.6 การวิเคราะห์ห่อหุ้มประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

4.2.6.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงได้ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

ตัวแปร	RT1	RT2	RT3	RT4	RT5	RT6
RT1	1					
RT2	0.664	1				
RT3	0.541	0.538	1			
RT4	0.469	0.434	0.605	1		
RT5	0.403	0.415	0.439	0.535	1	
RT6	0.388	0.356	0.442	0.485	0.533	1

จากตารางที่ 4.27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.356 ถึง 0.664 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงทุกตัวมีค่าเป็นบวก

4.2.6.2 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.28 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	22.970	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.168	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.893	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.061	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 206.727$, $df = 9$, $\chi^2/df = 22.970$ ค่า χ^2/df มีค่ามากกว่า 5 และค่า RMSEA = 0.168 มีค่ามากกว่า 0.08 รวมถึงค่า CFI = 0.893 มีค่าน้อยกว่า 0.90 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 3 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2/df	RMSEA	CFI	SRMR
1	RT2 กับ RT1	9.790	0.106	0.962	0.039
2	RT5 กับ RT3	5.744	0.078	0.982	0.030
3	RT6 กับ RT3	2.932	0.050	0.994	0.021

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการปรับ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 3 พบว่า ค่า $\chi^2 = 17.590$, $df = 6$, $\chi^2/df = 2.932$, RMSEA = 0.050, CFI = 0.994, SRMR = 0.021 แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.6.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

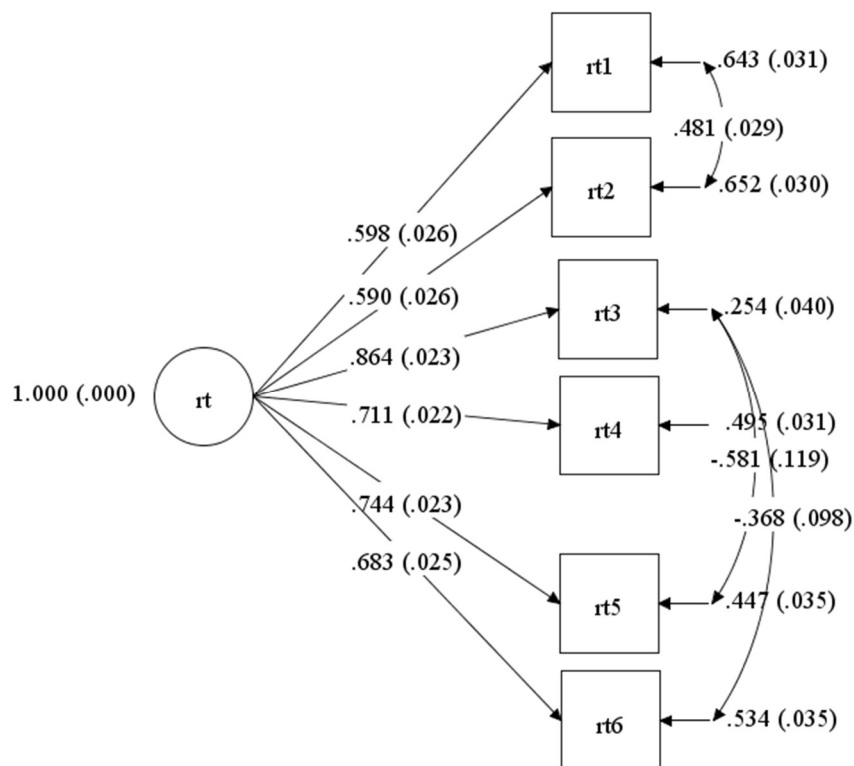
การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร
แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การ
ตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดัง
ตารางที่ 4.30 และภาพประกอบที่ 4.6

ตารางที่ 4.30 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
RT1	0.598	0.026	23.407	0.357
RT2	0.590	0.026	22.863	0.348
RT3	0.864	0.023	37.239	0.746
RT4	0.711	0.022	32.996	0.505
RT5	0.744	0.023	31.712	0.553
RT6	0.683	0.025	26.899	0.466

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดแนวโน้มของ
การชอบความเสี่ยง ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงพบว่า
ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงทั้ง 6 ตัวแปร ซึ่ง
ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านกล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ (RT3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.864 และ
มีความแปรผันกับแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 74.6 รองลงมาคือ ด้านกล้าที่จะลองทำ
สิ่งใหม่ (RT5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.744 และมีความแปรผันกับแนวโน้มของการชอบ
ความเสี่ยง ร้อยละ 55.3 ด้านการชอบใช้ชีวิตการใหม่ ๆ (RT4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.711
และมีความแปรผันกับแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 50.5 ด้านการเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย
(RT6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.683 และมีความแปรผันกับแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง
ร้อยละ 46.6 ด้านกล้าได้กล้าเสีย (RT1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.598 และมีความแปรผันกับ
แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 35.7 ด้านการลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง (RT2) มีน้ำหนัก
องค์ประกอบเท่ากับ 0.590 และมีความแปรผันกับแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 34.8

ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.590 ถึง 0.864 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.6 โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

จากภาพประกอบที่ 4.6 แสดงโมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงจากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 6 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.853 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.496 ซึ่งมีค่าประมาณ 0.50 จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้มีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.7 การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัว

ผลการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปรสังเกตได้สามารถใช้วัดตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทูทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบ ความเสี่ยง ทำให้ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรตัวแปรทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า $\chi^2 = 2,819.296$, $df = 764$, $\chi^2/df = 3.690$, $RMSEA = 0.059$, $CFI = 0.896$, $SRMR = 0.041$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	3.690	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.059	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.896	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.041	ผ่านเกณฑ์

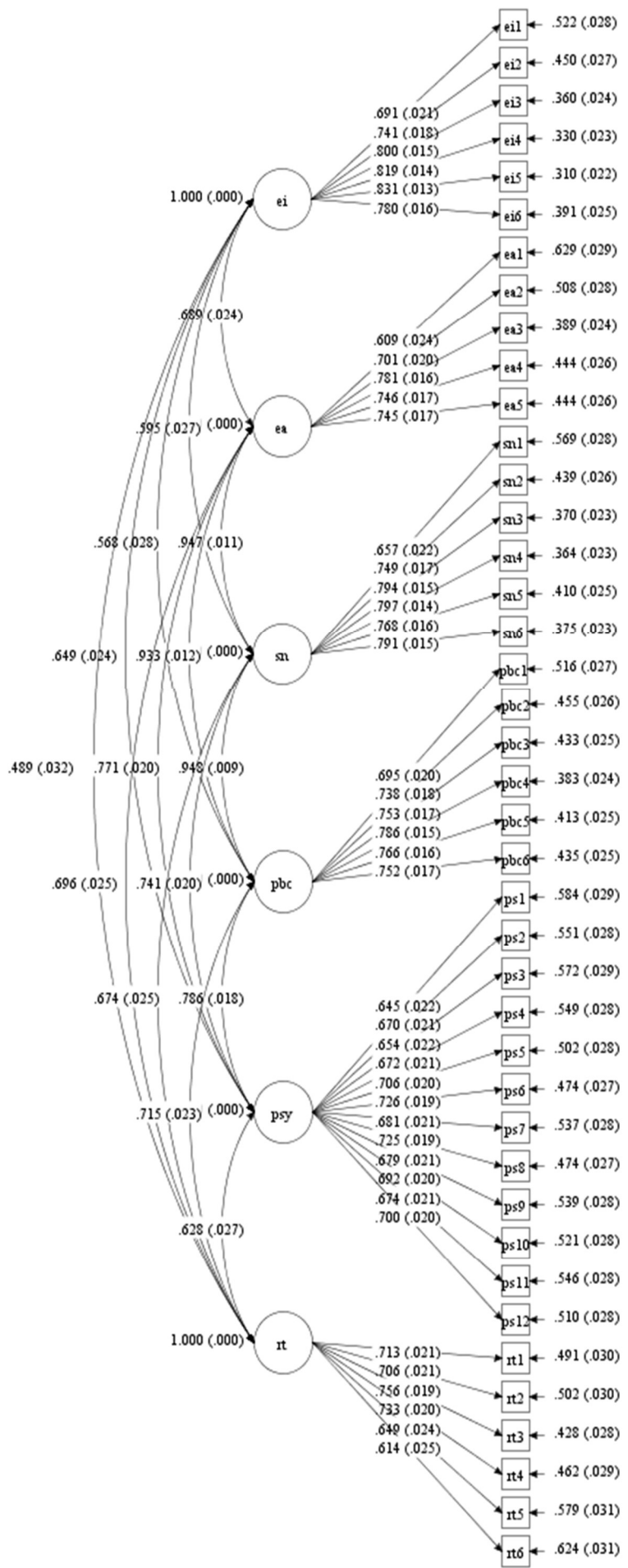
ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝง จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (CR) และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.32 และภาพประกอบที่ 4.7

ตารางที่ 4.32 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัว

ตัวแปรแฝง	ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ					
		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²	CR	AVE
EI	EI1	0.691	0.021	33.631	0.478	0.902	0.606
	EI2	0.741	0.018	41.072	0.550		
	EI3	0.800	0.015	53.388	0.640		
	EI4	0.819	0.014	58.593	0.670		
	EI5	0.831	0.013	62.283	0.690		
	EI6	0.780	0.016	48.713	0.609		
EA	EA1	0.609	0.024	25.484	0.371	0.842	0.517
	EA2	0.701	0.020	35.629	0.492		
	EA3	0.781	0.016	49.963	0.611		
	EA4	0.746	0.017	42.679	0.556		
	EA5	0.745	0.017	42.620	0.556		
SN	SN1	0.657	0.022	30.383	0.431	0.891	0.579
	SN2	0.749	0.017	43.919	0.561		
	SN3	0.794	0.015	54.190	0.630		
	SN4	0.797	0.014	55.152	0.636		
	SN5	0.768	0.016	47.825	0.590		
	SN6	0.791	0.015	53.333	0.625		
PBC	PBC1	0.695	0.020	35.177	0.484	0.884	0.561
	PBC2	0.738	0.018	41.901	0.545		
	PBC3	0.753	0.017	44.651	0.567		
	PBC4	0.786	0.015	51.983	0.617		
	PBC5	0.766	0.016	47.383	0.587		
	PBC6	0.752	0.017	44.432	0.565		
PSY	PSY1	0.645	0.022	28.807	0.416	0.914	0.470
	PSY2	0.670	0.021	31.539	0.449		
	PSY3	0.654	0.022	29.782	0.428		
	PSY4	0.672	0.021	31.729	0.451		
	PSY5	0.706	0.020	36.191	0.498		
	PSY6	0.726	0.019	39.172	0.526		

ตารางที่ 4.32 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัว

ตัวแปรแฝง	ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ					
		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²	CR	AVE
RT	PSY7	0.681	0.021	32.821	0.463		
	PSY8	0.725	0.019	39.122	0.526		
	PSY9	0.679	0.021	32.610	0.461		
	PSY10	0.692	0.020	34.287	0.479		
	PSY11	0.674	0.021	32.029	0.454		
	PSY12	0.700	0.020	35.349	0.490		
	RT1	0.713	0.021	34.462	0.509	0.849	0.486
	RT2	0.706	0.021	33.515	0.498		
	RT3	0.756	0.019	40.511	0.572		
	RT4	0.733	0.020	37.108	0.538		
	RT5	0.649	0.024	27.471	0.421		
	RT6	0.614	0.025	24.394	0.376		



ภาพประกอบที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดทุกตัวแปร

จากตารางที่ 4.32 จะเห็นว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) มีค่ามากกว่า 0.70 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) พบว่า ตัวแปรแฝงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่ามากกว่า 0.50 และมีตัวแปรแฝงที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 คือ ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก มีค่า AVE เท่ากับ 0.470 และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีค่า AVE เท่ากับ 0.486 แต่ยังคงผ่านเกณฑ์ของ Netemeyer et al. (2003) ที่ได้กล่าวถึงค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ควรค่ามากกว่า 0.50 หรืออย่างน้อยควรมากกว่า 0.45 รวมถึง จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้ผ่านการเกณฑ์การตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัว จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยต่อไป

4.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย

4.3.1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง ซึ่งประกอบด้วยจำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ (EA) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (SN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก (PSY) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (RT) สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงได้ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง

ตัวแปร	EI	EA	SN	PBC	PSY	RT
EI	1					
EA	0.710***	1				
SN	0.512***	0.717***	1			
PBC	0.501***	0.751***	0.949***	1		
PSY	0.654***	0.807***	0.771***	0.810***	1	
RT	0.502***	0.748***	0.718***	0.750***	0.625***	1

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตารางที่ 4.33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง โดยมีค่าตั้งแต่ 0.501 ถึง 0.949 แสดงว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในระดับที่สูงมาก ทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ทำให้ต้องดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยใช้การวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยการเปรียบเทียบเป็นคู่ (Heterotrait-Monotrait Correlation Ratio: HTMT) ต้องมีค่าน้อยกว่า 1 จึงจะผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Henseler et al., 2015) จึงจะแสดงว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวไม่เกิดปัญหาความแปรปรวนจากวิธีร่วม สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ผลตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี HTMT

ตัวแปร	EI	EA	SN	PBC	PSY	RT
EI						
EA	0.711					
SN	0.614	0.955				
PBC	0.578	0.739	0.945			
PSY	0.660	0.776	0.734	0.791		
RT	0.495	0.703	0.680	0.717	0.629	

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) ทำให้เห็นว่า สมการ โครงสร้างนี้มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยการเปรียบเทียบเป็นคู่ (Heterotrait-Monotrait Correlation Ratio: HTMT) มีค่าน้อยกว่า 1 จึงผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Henseler et al., 2015) และแสดงว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวไม่เกิดปัญหาความแปรปรวนจากวิธีร่วม

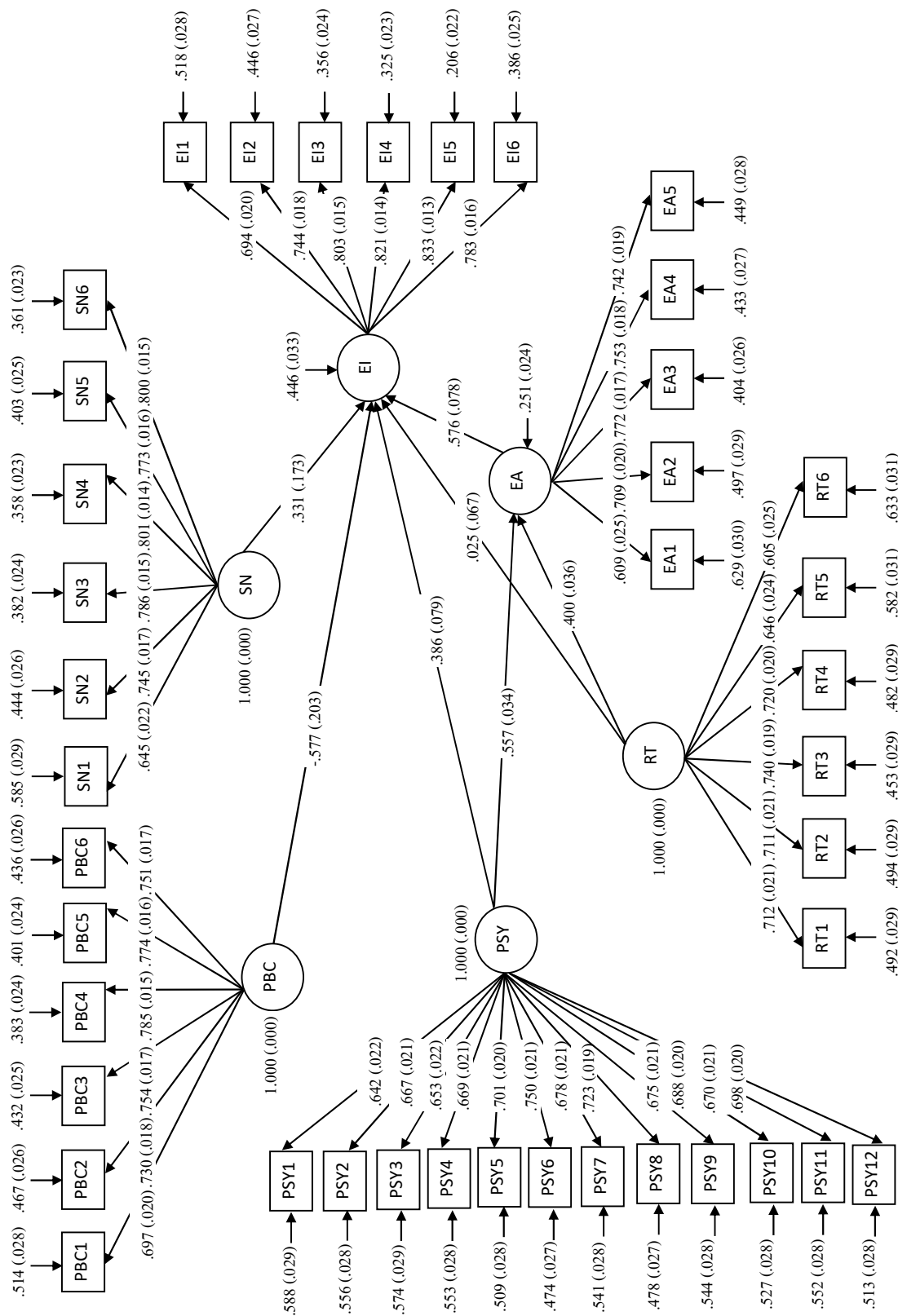
4.3.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.35 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	4.137	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.063	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.878	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.054	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า $\chi^2 = 3,169.314$, $df = 766$, $\chi^2/df = 4.137$, $RMSEA = 0.063$, $CFI = 0.878$ ซึ่งน้อยกว่า 0.90 และ $SRMR = 0.054$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการยังไม่มี ความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพราะค่า CFI มีค่าน้อยกว่า 0.90 สามารถพิจารณาโมเดลสมการโครงสร้างก่อนการปรับโมเดลได้ดังภาพประกอบที่ 4.8



ภาพประกอบที่ 4.8 โมเดลสมการโครงสร้างก่อนการปรับโมเดล

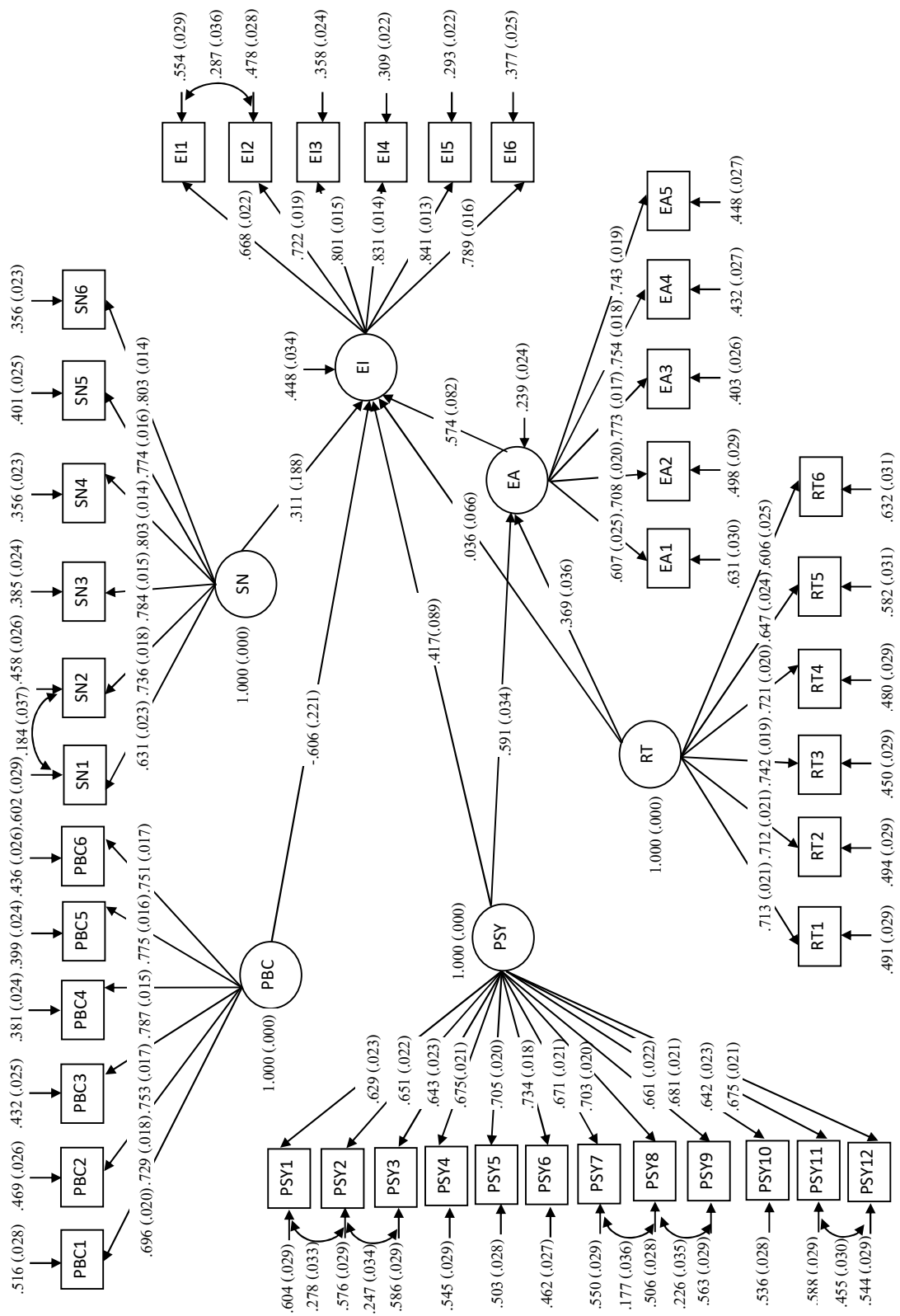
4.3.3 การปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า CFI ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับ โมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งได้ดำเนินการการปรับ โมเดล 7 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 การปรับโมเดลสมการ โครงสร้างให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	PSY12 กับ PSY11	3.923	0.061	0.886	0.053
2	EI2 กับ EI1	3.856	0.060	0.889	0.054
3	PSY3 กับ PSY2	3.780	0.060	0.892	0.054
4	SN2 กับ SN1	3.755	0.059	0.893	0.054
5	PSY8 กับ PSY7	3.728	0.059	0.895	0.054
6	PSY9 กับ PSY8	3.683	0.059	0.896	0.053
7	PSY2 กับ PSY1	3.608	0.058	0.900	0.053

จากตารางที่ 4.36 แสดงผลการปรับโมเดลสมการ โครงสร้างเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 7 พบว่า ค่า $\chi^2 = 2,738.447$, $df = 759$, $\chi^2/df = 3.608$, $RMSEA = 0.058$, $CFI = 0.900$, $SRMR = 0.053$ แสดงว่า โมเดลสมการ โครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาได้ดังภาพประกอบที่ 4.9



ภาพประกอบที่ 4.9 โมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับโมเดล

4.3.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อตอบคำถามวิจัยถึงปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทักษะจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถพิจารณาการส่งอิทธิพลทางตรง (Direct effect) และการส่งอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) อิทธิพลรวม (Total effect) ได้ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปรสาเหตุ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ตัวแปรผล					
		EI	EA	SN	PBC	PSY	RT
EA	Direct effect	0.574***	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	0.574***	-	-	-	-	-
SN	Direct effect	0.311	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	0.311	-	-	-	-	-
PBC	Direct effect	-0.606***	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	-0.606***	-	-	-	-	-
PSY	Direct effect	0.417***	0.591***	-	-	-	-
	Indirect effect	0.339***	-	-	-	-	-
	Total effect	0.756***	0.591***	-	-	-	-
RT	Direct effect	0.036	0.369***	-	-	-	-
	Indirect effect	0.212***	-	-	-	-	-
	Total effect	0.248	0.369***	-	-	-	-

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.3.4.1 ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.574 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.3.4.2 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.311 อย่างไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.3.4.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ -0.606 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทั้งหมด

4.3.4.4 ทูทางจิตวิทยาด้านบวก

ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.756 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง 0.417 และเป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.339 และทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.591 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.3.4.5 แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.248 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง 0.036

อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.212 และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.369 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากการพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีค่าเป็นบวก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมซึ่งเป็นตัวแปรอิสระมีค่าความสัมพันธ์ในระดับที่สูงมาก อันเนื่องมาจากปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระที่มีค่าสูงมาก เป็นผลให้เกิดค่าอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นตัวแปรตาม ถึงแม้ว่าการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) ผ่านตามเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทที่กำลังศึกษา

4.4 ผลการปรับโมเดลสมการโครงสร้างให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทที่กำลังศึกษา

จากการพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระในระดับสูงมากคือ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม แล้วทำให้การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นส่งอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แสดงถึงสถานะที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ทางบวกที่สูง (Multicollinearity) จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติม ทำให้ผู้วิจัยดำเนินการปรับโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการนำตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดลนี้ เนื่องด้วยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ที่สูงกับตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายตามหลักทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Fishbein & Ajzen, 1975) ประกอบด้วยตัวแปรทัศนคติ (Attitude) และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (Subjective norm) ที่ส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม (Behavioral intention) ก่อนที่จะเกิดพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งได้พัฒนาเป็นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991) โดยเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมก่อนที่จะเกิดพฤติกรรม และส่ง

อิทธิพลไปยังพฤติกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พิจารณาตัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดลสมการโครงสร้าง พร้อมทั้งตัดบางข้อคำถามของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญและแนวโน้มของการยอมรับความเสี่ยง โดยมีงานวิจัยของ Gieure, Benavides-Espinosa, and Roig-Dobón (2019) ที่ได้ศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิด ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันสูงกับตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ได้ย้ายตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดล และการศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ Ferreira et al. (2012) ที่พบเพียงตัวแปรด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ จึงทำให้โมเดลสมการโครงสร้างให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทที่กำลังศึกษาจึงย้ายตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดลนี้ และพิจารณานำตัวชี้วัดบางส่วนของตัวแปรแฝงออกเพื่อให้ได้โมเดลสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทที่กำลังศึกษา

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบยืนยันของการปรับโมเดลใหม่

4.4.1.1 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ ได้ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปร	EI1	EI2	EI3	EI5
EI1	1			
EI2	0.626	1		
EI3	0.569	0.617	1	
EI5	0.517	0.598	0.679	1

จากตารางที่ 4.38 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.510 ถึง 0.679 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทุกตัวมีค่าเป็นบวก

2) การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.39 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	19.367	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.153	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.974	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.029	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 38.733$, $df = 2$, $\chi^2/df = 19.367$ ซึ่งค่า χ^2/df มีค่ามากกว่า 5 และค่า RMSEA มีค่า 0.153 ซึ่งมากกว่า 0.08 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 1 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	E15 กับ E13	2.189	0.039	0.999	0.006

จากตารางที่ 4.40 แสดงผลการปรับโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 1 พบว่า ค่า $\chi^2 = 2.189$, $df = 1$, $\chi^2/df = 2.189$, $RMSEA = 0.039$, $CFI = 0.999$, $SRMR = 0.006$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

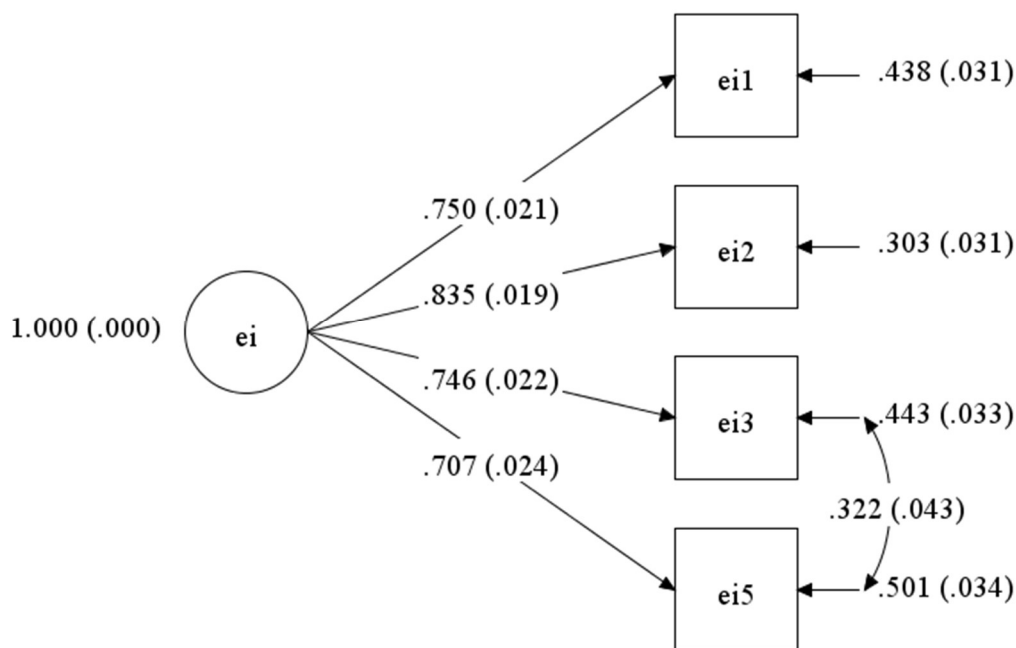
การตรวจสอบการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.41 และภาพประกอบที่ 4.10

ตารางที่ 4.41 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
EI1	0.750	0.021	35.983	0.562
EI2	0.835	0.019	44.546	0.697
EI3	0.746	0.022	34.039	0.557
EI5	0.707	0.024	29.785	0.499

จากตารางที่ 4.41 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.835 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ ด้านความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.750 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 56.2 ด้านความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ (EI3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.746 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 55.7 ด้านความจริงจังในการเริ่มต้นทำธุรกิจ (EI5) มี

น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.707 และมีความแปรผันกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 49.9 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.707 ถึง 0.835 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.10 โมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

จากภาพประกอบที่ 4.10 แสดงโมเดลการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ จากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 4 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.846 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.579 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4.1.2 การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

- 1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปร	EA2	EA3	EA4
EA2	1		
EA3	0.568	1	
EA4	0.517	0.580	1

จากตารางที่ 4.42 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.517 ถึง 0.580 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทุกตัวมีค่าเป็นบวก

2) การตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.43 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	0.000	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.000	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	1.000	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.43 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่า $\chi^2 = 0.000$, $df = 0$, $\chi^2/df = 0.000$, $RMSEA = 0.000$, $CFI = 1.000$, $SRMR = 0.000$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

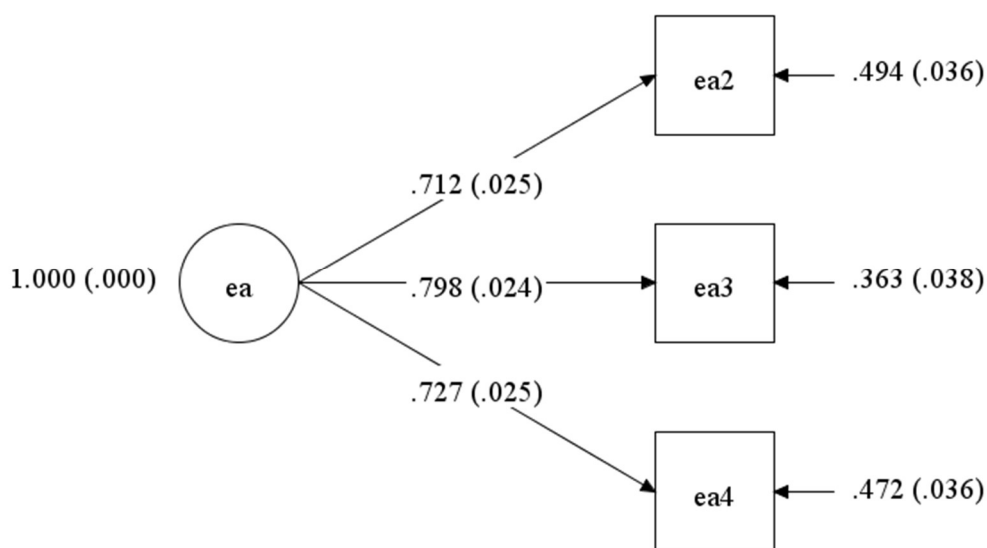
3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.44 และภาพประกอบที่ 4.11

ตารางที่ 4.44 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
EA2	0.712	0.025	28.447	0.506
EA3	0.798	0.024	33.629	0.637
EA4	0.727	0.025	29.358	0.528

จากตารางที่ 4.44 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 3 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการมีโอกาสและทรัพยากร (EA3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.798 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ ด้านการมีความพึงพอใจ (EA4) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.727 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 52.8 ด้านความน่าดึงดูดใจ (EA2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.712 และมีความแปรผันกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 50.6 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.712 ถึง 0.798 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.11 โมเดลการวัดที่เสนอต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

จากภาพประกอบที่ 4.11 แสดงโมเดลการวัดที่เสนอต่อการเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่ จากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.790 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.557 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรที่เสนอต่อการเป็นผู้ประกอบการกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4.1.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่

1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญได้ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปร	SN1	SN3	SN5
SN1	1		
SN3	0.537	1	
SN5	0.496	0.602	1

จากตารางที่ 4.45 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.496 ถึง 0.602 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญทุกตัวมีค่าเป็นบวก

2) การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.46 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	0.000	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.000	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	1.000	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.46 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 0.000$, $df = 0$, $\chi^2/df = 0.000$, $RMSEA = 0.000$, $CFI = 1.000$, $SRMR = 0.000$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

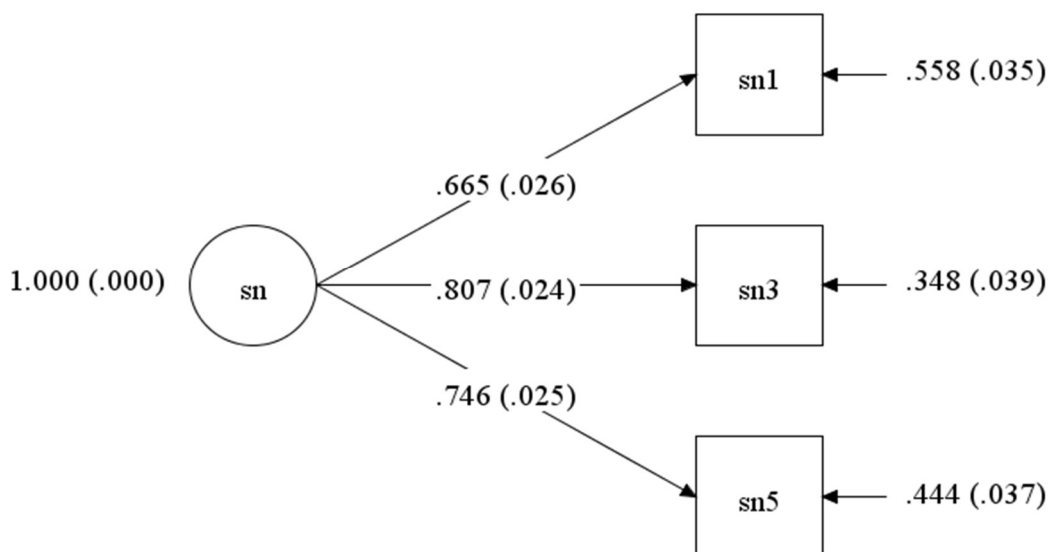
3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.47 และภาพประกอบที่ 4.12

ตารางที่ 4.47 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
SN1	0.665	0.026	25.207	0.442
SN3	0.807	0.024	33.106	0.652
SN5	0.746	0.025	29.774	0.556

จากตารางที่ 4.47 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญทั้ง 3 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านเพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.807 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ ด้านครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.746 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 55.6 ด้านพ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (SN1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.665 และมีความแปรผันกับการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ร้อยละ 44.2 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.665 ถึง 0.807 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.12 โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่

จากภาพประกอบที่ 4.12 แสดงโมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของการปรับโมเดลใหม่ จากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.785 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.550 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4.1.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่

1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 8 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวก ได้ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปร	PSY2	PSY3	PSY5	PSY6	PSY8	PSY10	PSY11	PSY12
PSY2	1							
PSY3	0.587	1						
PSY5	0.488	0.483	1					
PSY6	0.480	0.431	0.570	1				
PSY8	0.416	0.420	0.474	0.515	1			
PSY10	0.425	0.434	0.466	0.482	0.518	1		
PSY11	0.407	0.401	0.426	0.472	0.496	0.541	1	
PSY12	0.391	0.426	0.475	0.479	0.534	0.549	0.691	1

จากตารางที่ 4.48 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.391 ถึง 0.691 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกทุกตัวมีค่าเป็นบวก

2) การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนี ความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.49 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	13.176	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.125	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.910	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.053	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.49 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปร ทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่พบว่า ค่าดัชนีความ กลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 263.515$, $df = 20$, $\chi^2/df = 13.176$ ซึ่งค่า χ^2/df มีค่ามากกว่า 5 และค่า RMSEA = 0.125 มีค่ามากกว่า 0.08 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับ โมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกเพื่อให้กลมกลืน

กับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 2 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	PSY12 กับ PSY11	7.425	0.091	0.955	0.041
2	PSY2 กับ PSY3	3.673	0.059	0.982	0.028

จากตารางที่ 4.50 แสดงผลการปรับโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่ เมื่อปรับโมเดลครั้งที่ 2 พบว่า ค่า $\chi^2 = 66.113$, $df = 18$, $\chi^2/df = 3.673$, $RMSEA = 0.059$, $CFI = 0.982$, $SRMR = 0.028$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

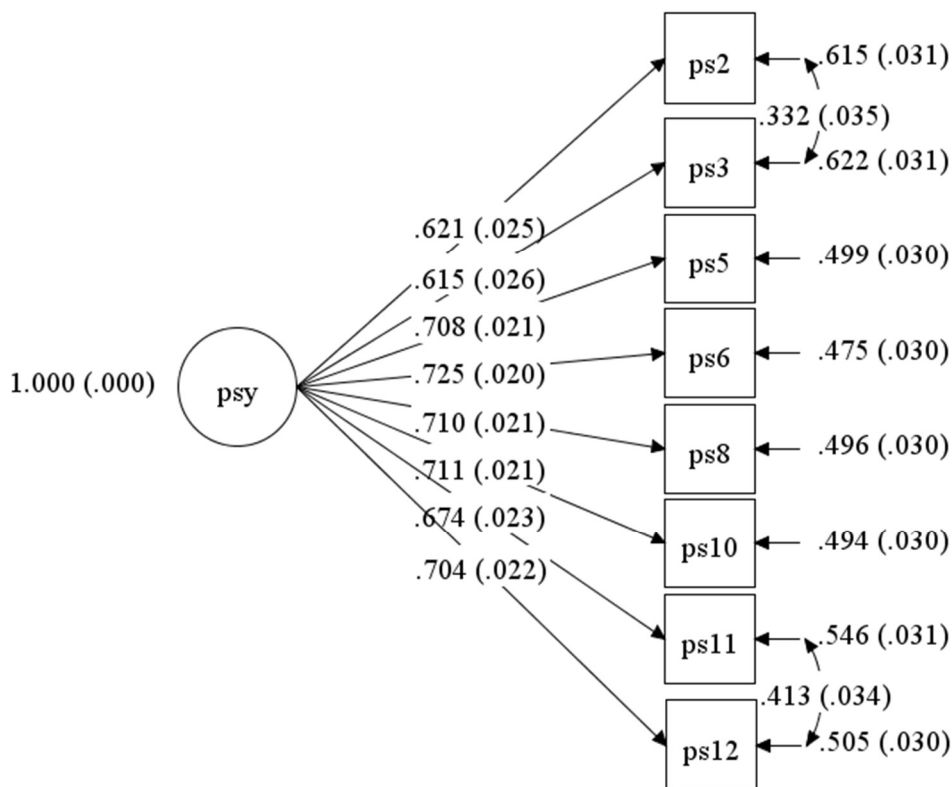
3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.51 และภาพประกอบที่ 4.13

ตารางที่ 4.51 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
PSY2	0.621	0.025	24.542	0.385
PSY3	0.615	0.026	24.071	0.378
PSY5	0.708	0.021	33.271	0.501
PSY6	0.725	0.020	35.392	0.525
PSY8	0.710	0.021	33.509	0.504
PSY10	0.711	0.021	33.726	0.506
PSY11	0.674	0.023	29.149	0.454
PSY12	0.704	0.022	32.477	0.495

จากตารางที่ 4.51 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกของการปรับโมเดลใหม่ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกทั้ง 8 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการพบอุปสรรคจะมีทางออกเสมอ (PSY6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.725 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ด้านความสามารถผ่านช่วงที่ยากได้ (PSY10) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.711 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 50.6 ด้านการเป็นผู้ที่เตรียมการทำธุรกิจเอง (PSY8) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.710 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 50.4 ด้านการมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม (PSY5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.708 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 50.1 ด้านการมองเห็นด้านดีของการเริ่มธุรกิจ (PSY12) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.704 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 49.5 ด้านการมองในแง่ดีเสมอถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคต (PSY11) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.674 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 45.4 ด้านการนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น (PSY2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.621 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 38.5 ด้านความสามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือในวิสัยทัศน์ (PSY3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.615 และมีความแปรผันกับทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก ร้อยละ 37.8 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.615 ถึง 0.725 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.13 โมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกของการปรับโมเดลใหม่

จากภาพประกอบที่ 4.13 แสดงโมเดลการวัดทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกของการปรับโมเดลใหม่ จากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.875 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.469 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.50 แต่ทั้งนี้ Netemeyer et al. (2003) ได้กล่าวถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) อย่างน้อยควรมากกว่า 0.45 จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้มีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรทุนทางจิตวิทยาด้ำนบวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4.1.5 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันันของโมเดลการวัดของตัวแปรแนวโน้มนของการขอความเสีงของการปรับโมเดลใหม่

- 1) การวิเคราะห์ห้ความสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มนของการขอความเสีง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียง ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัว สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงได้ดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงของการปรับ โมเดลใหม่

ตัวแปร	RT1	RT2	RT3	RT5
RT1	1			
RT2	0.664	1		
RT3	0.541	0.538	1	
RT5	0.403	0.415	0.439	1

จากตารางที่ 4.52 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงของการปรับ โมเดลใหม่ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.403 ถึง 0.664 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของแนวโน้มของการชอบความเลียงทุกตัวมีค่าเป็นบวก

2) การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเลียง ซึ่งจะพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.53 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	8.155	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.096	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.986	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.026	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.53 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเลียงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพบว่า ค่า $\chi^2 = 16.309$, $df = 2$, $\chi^2/df = 8.155$ ซึ่งค่า χ^2/df มีค่ามากกว่า 5 และค่า $RMSEA = 0.096$ มากกว่า 0.08 ซึ่งยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถพิจารณาผลการปรับแก้โมเดล 1 ครั้ง สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 การปรับ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่

การปรับครั้งที่	คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	χ^2 / df	RMSEA	CFI	SRMR
1	RT2 กับ RT1	0.261	0.000	1.000	0.003

จากตารางที่ 4.54 แสดงผลการปรับ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเพื่อให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่ เมื่อปรับ โมเดลครั้งที่ 1 พบว่า ค่า $\chi^2 = 0.261$, $df = 1$, $\chi^2/df = 0.261$, $RMSEA = 0.000$, $CFI = 1.000$, $SRMR = 0.003$ แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

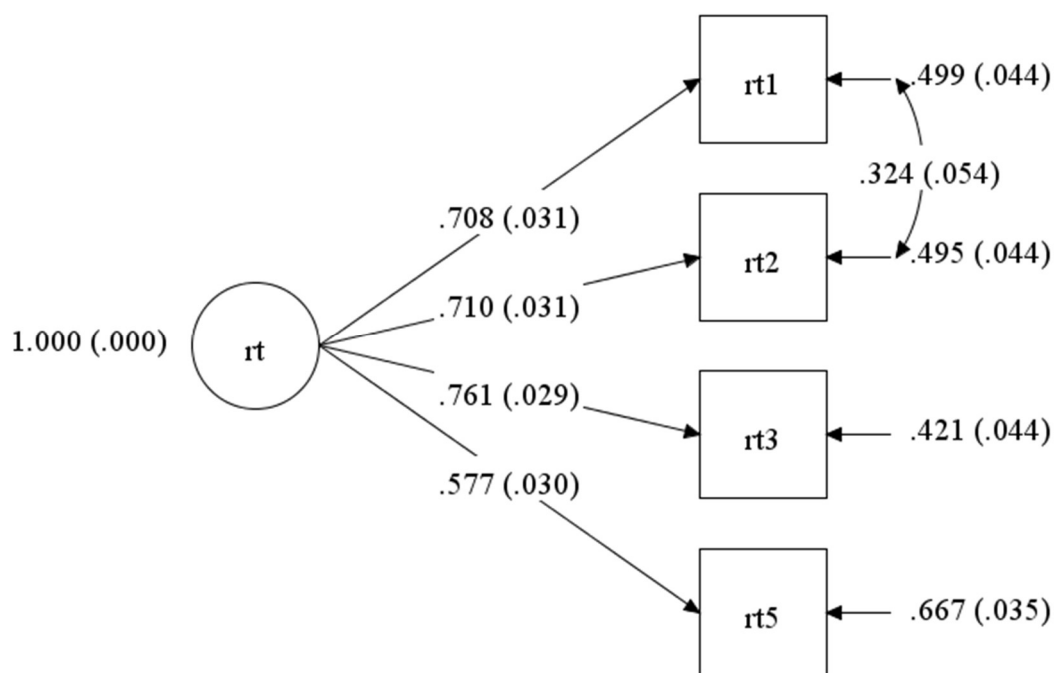
3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของ โมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.55 และภาพประกอบที่ 4.14

ตารางที่ 4.55 ผลการตรวจสอบความตรงของ โมเดลการวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงของการปรับ โมเดลใหม่

ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ			
	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²
RT1	0.708	0.031	22.883	0.501
RT2	0.710	0.031	23.030	0.505
RT3	0.761	0.029	26.433	0.579
RT5	0.577	0.030	19.066	0.333

จากตารางที่ 4.55 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงของการปรับโมเดลใหม่ ด้วยการพิจารณาองค์ประกอบย่อยของแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงพบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักความสำคัญในการชี้วัดแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงทั้ง 4 ตัวแปร ซึ่งความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านกล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ (RT3) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.761 และมีความแปรผันกับแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ด้านการลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง (RT2) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.710 และมีความแปรผันกับแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 50.5 ด้านกล้าได้กล้าเสีย (RT1) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.708 และมีความแปรผันกับแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 50.1 ด้านกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ (RT5) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.577 และมีความแปรผันกับแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยง ร้อยละ 33.3 ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.577 ถึง 0.761 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 จึงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพประกอบที่ 4.14 โมเดลการวัดแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงของการปรับโมเดลใหม่

จากภาพประกอบที่ 4.14 แสดงโมเดลการวัดแนวโน้มนิยมของการชอบความเสี่ยงของการปรับโมเดลใหม่ จากตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 4 ตัว ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) ได้เท่ากับ 0.785 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้

(AVE) เท่ากับ 0.479 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.50 แต่ทั้งนี้ Netemeyer et al. (2003) ได้กล่าวถึง ค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) อย่างน้อยควรมากกว่า 0.45 จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้มีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.4.2 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวของการปรับโมเดลใหม่

ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันเพื่อพิจารณาน้้าหนักของค้ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปรสังเกตได้สามารถใช้วัดตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ทูนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ทำให้ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรตัวแปรทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า $\chi^2 = 692.018$, $df = 199$, $\chi^2/df = 3.477$, RMSEA = 0.056, CFI = 0.942, SRMR = 0.040 แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.56

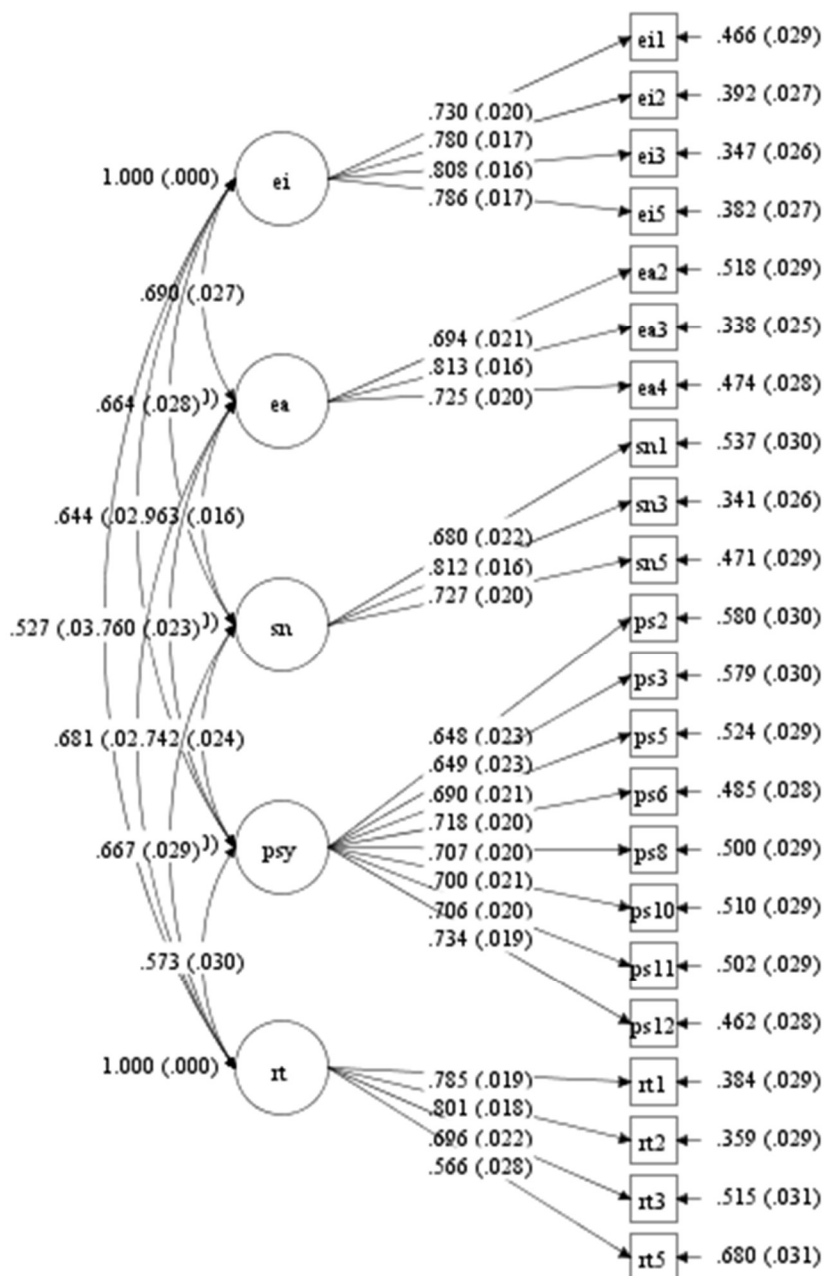
ตารางที่ 4.56 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	3.477	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.056	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.942	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.040	ผ่านเกณฑ์

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงของการปรับ โมเดลใหม่ จะพิจารณาค่าน้้าหนักของค้ประกอบ การตรวจสอบความเชื่อมั่นขององค้ประกอบ (CR) และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.57 และภาพประกอบที่ 4.15

ตารางที่ 4.57 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัวของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปรแฝง	ตัวชี้วัด	ค่าสถิติ					
		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R ²	CR	AVE
EI	EI1	0.730	0.020	36.896	0.534	0.859	0.603
	EI2	0.780	0.017	44.682	0.608		
	EI3	0.808	0.016	50.093	0.653		
	EI5	0.786	0.017	45.883	0.618		
EA	EA2	0.694	0.021	32.953	0.482	0.789	0.556
	EA3	0.813	0.016	51.923	0.662		
	EA4	0.725	0.020	36.956	0.526		
SN	SN1	0.680	0.022	31.017	0.463	0.785	0.550
	SN3	0.812	0.016	50.479	0.659		
	SN5	0.727	0.020	36.744	0.529		
PSY	PSY2	0.648	0.023	28.207	0.420	0.882	0.482
	PSY3	0.649	0.023	28.298	0.421		
	PSY5	0.690	0.021	32.872	0.476		
	PSY6	0.718	0.020	36.504	0.515		
	PSY8	0.707	0.020	35.044	0.500		
	PSY10	0.700	0.021	34.134	0.490		
	PSY11	0.706	0.020	34.847	0.498		
PSY12	0.734	0.019	38.832	0.538			
RT	RT1	0.785	0.019	41.880	0.616	0.807	0.516
	RT2	0.801	0.018	44.195	0.641		
	RT3	0.696	0.022	31.049	0.485		
	RT5	0.566	0.028	20.356	0.320		



ภาพประกอบที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดทุกตัวแปรของการปรับโมเดลใหม่

จากตารางที่ 4.57 จะเห็นว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวของการปรับโมเดลใหม่มีค่าความเชื่อมั่นของส่วนประกอบ (CR) มีค่ามากกว่า 0.70 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) พบว่า ตัวแปรแฝงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีค่ามากกว่า 0.50 และมีตัวแปรแฝงที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 คือ ทูนาทางจิตวิทยาด้านบวก มีค่า AVE เท่ากับ 0.482 แต่ยังคง

ผ่านเกณฑ์ของ Netemeyer et al. (2003) ที่ได้กล่าวถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 หรืออย่างน้อยควรมากกว่า 0.45 รวมถึง จึงทำให้เห็นว่า โมเดลนี้ผ่านการเกณฑ์การตรวจสอบความตรงของ โมเดลการวัดตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทุกตัว จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยต่อไป

4.4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับโมเดลใหม่

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง ซึ่งประกอบด้วยจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (EA) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ (SN) ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก (PSY) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง (RT) สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับ โมเดลใหม่ได้ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับ โมเดลใหม่

ตัวแปร	EI	EA	SN	PSY	RT
EI	1				
EA	0.675***	1			
SN	0.630***	0.734***	1		
PSY	0.659***	0.800***	0.784***	1	
RT	0.544***	0.728***	0.714***	0.572***	1

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตารางที่ 4.58 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงของการปรับ โมเดลใหม่ โดยมีค่าตั้งแต่ 0.544 ถึง 0.800 แสดงว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยใช้การวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยการเปรียบเทียบเป็นคู่ (Heterotrait-Monotrait Correlation Ratio: HTMT) ซึ่งเป็นการวัดอัตราส่วนเฉลี่ยเลขคณิตของสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรกับค่าเฉลี่ยเรขาคณิตของค่าเฉลี่ยเลขคณิตของสหสัมพันธ์ในกลุ่มของตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร โดยค่า HTMT ต้อง

มีค่าน้อยกว่า 1 จึงจะผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Henseler et al., 2015) สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 ผลตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี HTMT ของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปร	EI	EA	SN	PSY	RT
EI					
EA	0.703				
SN	0.670	0.958			
PSY	0.651	0.762	0.754		
RT	0.539	0.708	0.693	0.609	

จากตารางที่ 4.59 แสดงผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี HTMT ของการปรับโมเดลใหม่ ทำให้เห็นว่า ค่า HTMT ของตัวแปรแฝงทุกคู่มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าเครื่องมือวัดนี้มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก จึงดำเนินการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างต่อไป

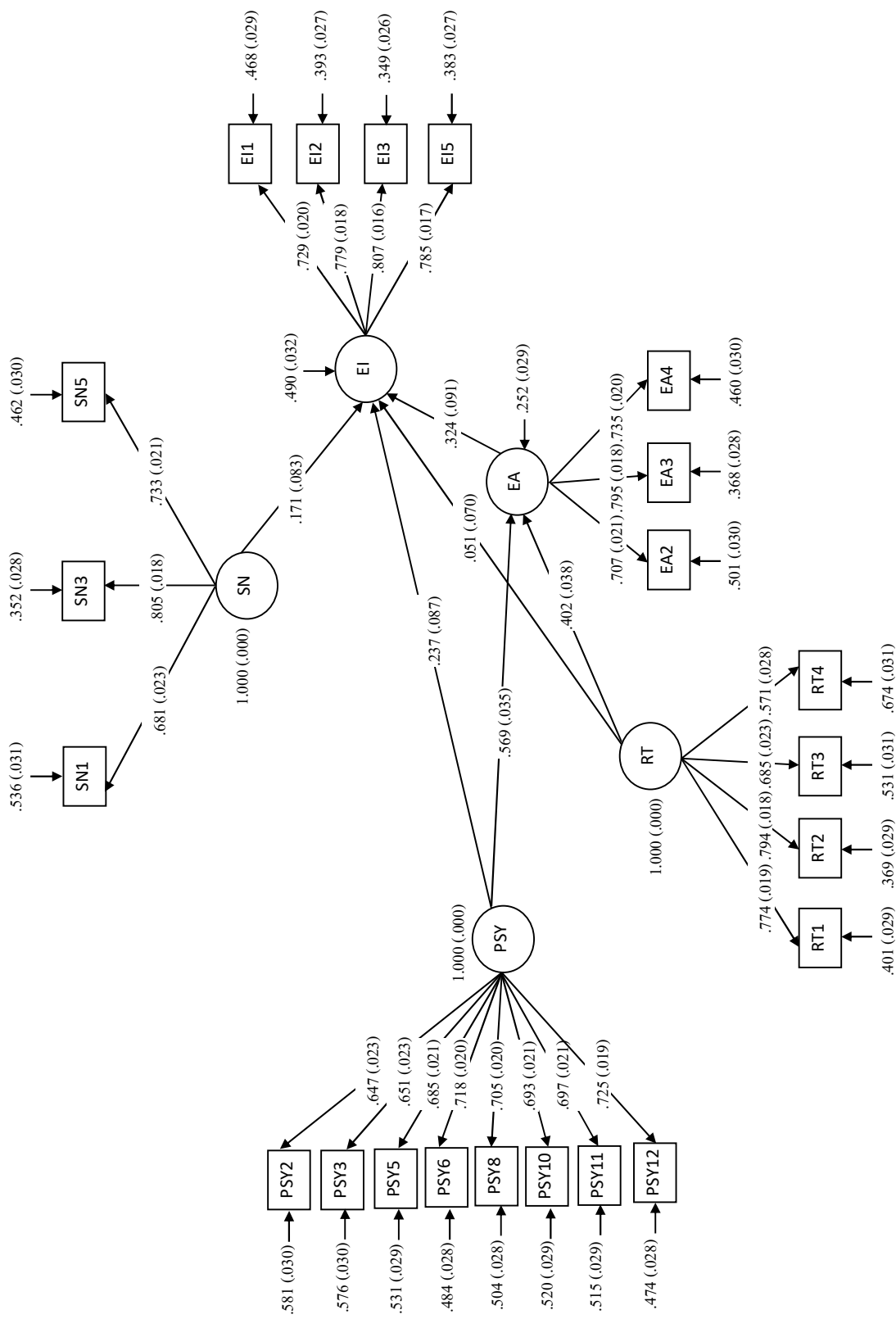
4.4.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่ ซึ่งสามารถพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.60 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 5	4.489	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.067	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.918	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.047	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับโมเดลใหม่พบว่า ค่า $\chi^2 = 897.873$, $df = 200$, $\chi^2/df = 4.489$, $RMSEA = 0.067$, $CFI = 0.918$, $SRMR = 0.047$ แสดงว่า โมเดลการสมการ โครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาโมเดลสมการ โครงสร้างที่มีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดังภาพประกอบที่ 4.16



ภาพประกอบที่ 4.16 โมเดลสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการปรับ โมเดลใหม่

4.4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อตอบคำถามวิจัยถึงปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ทูทางจิตวิทยาด้านบวก การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถพิจารณาการส่งอิทธิพลทางตรง (Direct effect) และการส่งอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) อิทธิพลรวม (Total effect) ได้ดังตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของการปรับโมเดลใหม่

ตัวแปรสาเหตุ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ตัวแปรผล					
		EI	EA	SN	PBC	PSY	RT
EA	Direct effect	0.324***	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	0.324***	-	-	-	-	-
SN	Direct effect	0.171*	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	0.171*	-	-	-	-	-
PBC	Direct effect	-	-	-	-	-	-
	Indirect effect	-	-	-	-	-	-
	Total effect	-	-	-	-	-	-
PSY	Direct effect	0.237**	0.569***	-	-	-	-
	Indirect effect	0.184***	-	-	-	-	-
	Total effect	0.421***	0.569***	-	-	-	-
RT	Direct effect	0.051	0.402***	-	-	-	-
	Indirect effect	0.130***	-	-	-	-	-
	Total effect	0.181***	0.402***	-	-	-	-
R ²		0.510	0.748				

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตารางที่ 4.61 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.324 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมด

2) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.171 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมด

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

โมเดลสมการ โครงสร้างนี้ไม่ได้นำตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4) ทุนทางจิตวิทยาต้านบวก

ทุนทางจิตวิทยาต้านบวก มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.421 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง 0.237 และเป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.184 และทุนทางจิตวิทยาต้านบวก มีขนาดอิทธิพลรวมต่อทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.569 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมด

5) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.181 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง 0.051 และเป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.130 และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีขนาดอิทธิพลรวมต่อทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่ากับ 0.402 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมด

หมายเหตุ: กิจกรรมทางธุรกิจ 1) การเขียนแผนธุรกิจ 2) กำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาการพัฒนาสินค้าและบริการ 3) การพัฒนาสินค้าและบริการ 4) การพัฒนาแผนการตลาด 5) ด้านวัตถุดิบ 6) อุปกรณ์ 7) ข้อมูลสารสนเทศ 8) การเงิน 9) การออมเงิน 10) มีเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ 11) การได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัว 12) กำลังแรงงาน 13) การจ่ายค่าจ้างที่ไม่ใช่ส่วนของเจ้าของ 14) การอบรมความรู้ 15) ข้อมูลการติดต่อธุรกิจ 16) การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด 17) การพัฒนาด้านรายได้ 18) ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ 19) การปฏิบัติตามกฎหมาย

จากตารางที่ 4.62 ทำให้สามารถพิจารณาจากนิยามเชิงปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการใหม่คือ การที่บุคคลมีพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ จากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างน้อย 1 อย่าง เช่น การใช้เวลาในการคิดวางแผนจัดตั้งธุรกิจ มีการเตรียมแผนธุรกิจ มีการตั้งชื่อธุรกิจ มีการจดทะเบียนธุรกิจ มีการจัดตั้งองค์กร การหาโอกาสทางการตลาด มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งชั้น การติดต่อกับลูกค้าเป้าหมาย ลงทุนทางการเงินในธุรกิจด้วยเงินของตนเอง มีการติดต่อกับสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ มีการเตรียมพร้อมในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การดำเนินกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด มีการจ้างงาน มีการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นต้น (Davidsson & Honig, 2003; Kautonen et al., 2015; Rauch & Hulsink, 2015) เมื่อพิจารณากับกิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลได้ดำเนินการในช่วงเวลา 6 เดือนหลังสำเร็จการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 17 คน มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่อย่างน้อย 1 กิจกรรมใน 19 กิจกรรม ซึ่งตรงตามคำนิยามเชิงปฏิบัติการของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยส่วนใหญ่จะพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่จากกิจกรรมการเก็บออมเงินเพื่อที่จะใช้เริ่มต้นทำธุรกิจ มีการเก็บออมเงินประมาณ 1,000 ถึง 8,000 บาทต่อเดือน รองลงมาคือ การที่ได้รับความช่วยเหลือจากครอบครัวในการทำธุรกิจ เช่น การได้รับเงินทุนในการทำธุรกิจเริ่มแรก เป็นต้น มีอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ ซึ่งมาจากการซื้อและการพัฒนาสินค้าซึ่งอยู่ระหว่างการมีความคิดริเริ่มในการผลิตสินค้าและบริการ ได้ดำเนินการทดสอบตลาด ความพร้อมในการขายและส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า มีการเขียนแผนธุรกิจทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ มีกิจกรรมด้านวัตถุดิบจากการซื้อวัตถุดิบและมีสินค้าคงคลัง ข้อมูลการติดต่อธุรกิจ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ทางไปรษณีย์ มีสถานที่ตั้ง อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น รวมถึงมีรายได้ที่สามารถจ่ายเงินเดือนให้แก่เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการ มีแรงงาน โดยได้ทำงานในธุรกิจใหม่แบบเต็มเวลา หรือมีจำนวนชั่วโมงมากกว่า 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และมีการจ้างพนักงานที่ทำงานประจำมากกว่า 1 คน ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่จากการมีแผนการตลาดในการจัดโปรโมชั่นลดราคา ของแถม การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ มีกิจกรรมด้านการเงิน โดยศึกษาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ มีการจัดทำงบการเงิน เช่น งบกำไรขาดทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

เป็นต้น มีข้อมูลสารสนเทศด้านการประมาณการยอดขายหรือรายรับ ราคาของกลุ่มแข่งขัน ข้อมูลลูกค้า การตั้งราคา และมีการปฏิบัติตามกฎหมายในการชำระภาษี เช่น ภาษีธุรกิจ ภาษีโรงเรือน ภาษี สรรพสามิต เป็นต้น มีการได้รับใบอนุญาตในการจัดตั้งธุรกิจจากระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ มีการจ่ายค่าจ้างแรงงาน โดยไม่ได้แบ่งผลกำไรจากธุรกิจ การได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบและ การได้รับการอบรมความรู้ที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการใหม่ การดำเนินการทำธุรกิจใหม่อยู่ใน ขั้นตอนการพัฒนาสินค้า และการได้รับเครื่องหมายทางการค้า

สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลที่สามารถดำเนินการทำธุรกิจแล้วและผู้ที่มี แนวคิดในการทำธุรกิจระหว่างเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ สามารถพิจารณาได้ดัง ตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลคนที่	เพศ	ลักษณะสินค้า	สถานที่ตั้ง
1	หญิง	อาหารไทยและอีสาน	จังหวัดภูเก็ต
2	หญิง	อาหารไทยและอีสาน	จังหวัดภูเก็ต
3	หญิง	เสื้อผ้าแฟชั่น	ขายออนไลน์
4	หญิง	อาหารและเครื่องดื่ม	จังหวัดนครศรีธรรมราช
5	หญิง	อาหารซีฟู้ด	จังหวัดพังงา
6	ชาย	อาหารเสริม	ขายออนไลน์
7	ชาย	จำหน่ายพันธุ์ปลา	จังหวัดระนอง
8	ชาย	จำหน่ายสินค้ามือสอง	จังหวัดพังงา
9	ชาย	จำหน่ายเครื่องดื่ม	จังหวัดระนอง
10	ชาย	ที่พักและรีสอร์ท	จังหวัดพังงา
11	หญิง	อาหาร	จังหวัดนครศรีธรรมราช
12	หญิง	อาหาร (ต้มยำ)	จังหวัดตรัง
13	หญิง	จำหน่ายเครื่องดื่ม	จังหวัดพังงา
14	หญิง	อาหาร	จังหวัดภูเก็ต
15	ชาย	อาหาร	จังหวัดภูเก็ต
16	หญิง	อาหาร	จังหวัดภูเก็ต
17	ชาย	จำหน่ายสินค้าไอที เช่น กล้อง วงจรปิด คอมพิวเตอร์ เป็นต้น	จังหวัดภูเก็ต

จากตารางที่ 4.63 แสดงถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง 10 คน และเพศชาย 7 คน โดยธุรกิจส่วนใหญ่เป็น ประเภทเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ซึ่งทำธุรกิจลักษณะจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น ร้านอาหาร ร้านค้าส่งและค้าปลีกเครื่องคั้ม อาหารเสริม สินค้ามือสองจำหน่ายพันธุ์ปลา ที่พักและรีสอร์ท มีสถานที่ตั้งธุรกิจอยู่ในจังหวัดภูเก็ต พังงา นครศรีธรรมราช ระนอง และมีการทำธุรกิจออนไลน์ โดยมีเงินลงทุนในการทำธุรกิจเริ่มแรกอยู่ระหว่าง 4,000 ถึง 1,000,000 บาท ระยะเวลาที่เริ่มทำธุรกิจ 1 ถึง 6 เดือน ส่วนผู้ที่ให้ข้อมูลคนที่ 11-17 เป็นผู้ที่มิแน่วคิดในการทำธุรกิจและมีการดำเนินกิจกรรมเริ่มต้นในการทำธุรกิจ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร ร้านตัดผม ร้านกาแฟ จำหน่ายสินค้าไอที เป็นต้น โดยในปัจจุบันอยู่ในสถานะ เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานราชการ พนักงานเอกชน กำลังศึกษาต่อ เป็นต้น แล้วได้มีการวางแผนจะจัดตั้งธุรกิจ เช่น จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดตรัง เป็นต้น

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า สาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ประกอบด้วย ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง และปัจจัยอื่น ๆ ผู้วิจัยจะนำเสนอแต่ละปัจจัยดังนี้

4.5.1 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ จากข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึง ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการต่อการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ มี 6 ด้านคือ การส่งผลดีต่อตนเอง ความน่าสนใจจากควมมีอิสระในการตัดสินใจ มีรายได้ที่มั่นคงและมีความยืดหยุ่นของเวลาทำงาน มีความพอใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อาชีพที่เลือกเพราะมีแรงบันดาลใจ โดยทำให้เกิดความรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการจะส่งด้านบวกต่อตนเอง เพราะเป็นอาชีพที่ทำให้มีโอกาสและทรัพยากรมากกว่าอาชีพอื่น การได้เป็นผู้ประกอบการจะทำให้มีความพึงพอใจ ซึ่งลักษณะของอาชีพผู้ประกอบการนั้นน่าดึงดูดใจ ทำให้มีอิสระในการทำงานเป็นอาชีพที่จะเลือกทำ ซึ่งมองเห็นแต่ผลดีที่จะเกิดขึ้นจากการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าข้อเสีย และมีมุมมองอื่น ๆ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การมองว่าการเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นอาชีพที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ลดความเสี่ยงจากการถูกไล่ออก เป็นต้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ผลดี อธิบายได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลมีมุมมองของผลดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ทำให้มีเครือข่ายทางสังคมมากขึ้น การได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “การเป็นพ่อค้าก็ดี เพราะว่าได้รู้จักคน มีคอนเนกชั่นเพิ่มแล้วก็ได้พูดคุยได้รู้เท่าทันคน ได้รู้ว่าโลกมันมีอะไรอีกเยอะ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “เป็นความรู้สึกที่ว่า เราเหนื่อยแต่ที่เราคุ้มค่าที่แบบได้เงินแต่ละบาทเข้ามาหาเราเองโดยตรงคือ เราไม่ต้องไม่หักให้ใคร ก็แค่หักค่าลูกน้องอย่างเดียว แต่เราก็ได้เราเต็ม ๆ”

2) น่าดึงดูดใจ อธิบายได้ว่า การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ดึงดูดใจจากการมีอิสระในการตัดสินใจ การบริหารจัดการได้ด้วยตัวเอง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “การเป็นผู้ประกอบการทำให้เรามีอิสระ แล้วเราคิด อยากทำอะไรเราก็ได้ทำเลยอะ ไม่มีกรอบ ไม่มีใครคอยควบคุม”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “การเป็นผู้ประกอบการ เป็นงานที่อิสระ แล้วก็ไม่มีใคร แบบมาคุมกวดขัน ทำงานมีความสุข ทำงานเป็นของตัวเอง ทำงานที่ไหนก็ได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 “เราไม่ต้องไปเป็นลูกน้องใคร การที่เราจะเลือก วัตถุประสงค์อะไร เราก็เป็นคนที่สามารถบริหารจัดการได้หมด วัตถุประสงค์ ก็น่าจะเติบโตได้ดีกว่าการที่เราไปเป็นลูกจ้างเขา”

3) โอกาสและทรัพยากร อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีโอกาสในการสร้างงานให้แก่ผู้อื่น และทรัพยากรในด้านการทำให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น มีทรัพย์สิน ความมั่นคงในอาชีพ มีความยืดหยุ่นของเวลา

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็อยากทำธุรกิจเป็นของตัวเอง เห็นว่าอาชีพนี้น่าจะมีรายได้ที่มั่นคง และมีความยืดหยุ่นของเวลา”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ณ ตอนนั้นก็ทำให้สถานะของทางบ้านขยับขึ้นมาบ้างเล็กน้อย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 “ถ้าเราทำเยอะเราก็ได้เยอะ แล้วก็เราจะได้มีธุรกิจสืบทอดให้ลูกหลานต่อไป”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “ถ้าเกิดเราเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ฐานะทางบ้านเรามั่นคง มีคนนับ หน้าถือตา”

4) ความพึงพอใจ อธิบายได้ว่า มีความชอบในความเป็นผู้ประกอบการมากกว่าการประกอบอาชีพอื่น ๆ สามารถทำงานได้เต็มที่ ไม่ต้องรับแรงกดดันจากนายจ้าง และมีความพึงพอใจ รู้สึกสบายใจ และรู้สึกมีความสุขมากเมื่อเราสามารถทำธุรกิจได้สำเร็จ

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ดีขึ้น ก็คือแบบว่าเราสามารถที่จะทำงานได้อย่างเต็มตัวมากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ก็ส่วนตัวแล้วก็อยากทำธุรกิจ เป็นความชอบมากกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “ผู้ประกอบการ เราก็รู้สึกสบายใจ เราไม่ต้องทำงาน ภายใต้อาการกดดันของคนอื่น

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 “ส่วนตัวเราก็ชอบเหมือนกัน ปกติชอบขายของออนไลน์แบบนี้อยู่แล้ว เราได้ทำเอง ซื้อเองทำเอง ได้เงินเอง เหมือนเราได้เห็นว่าได้กำไรเท่าไรพอขายหมดเราก็มีความสุข”

5) อาชีพที่เลือก อธิบายได้ว่า อาชีพผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่เลือก จากการที่อยากทำธุรกิจส่วนตัว และเป็นทางเลือกที่ดีกว่าการทำอาชีพอื่น

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “อยากประสบความสำเร็จในการขายของออนไลน์ ให้ได้มากที่สุด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็เหมือนกับมีแรงบันดาลใจค่ะว่า เหมือนแบบอยากมี ธุรกิจเป็นของตัวเอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ตัวเองไม่ค่อยชอบที่จะเป็นลูกจ้างใคร หรือว่าทำตาม คำสั่งใคร คิดว่าการที่เราเปิดกิจการเป็นของตัวเอง น่าจะง่ายกว่า แล้วก็อาจจะ เป็นทางเลือกที่ดีกว่า”

6) ความรับผิดชอบ อธิบายได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อตนเองและลูกน้อง ทำให้สามารถดูแลเลี้ยงดูตนเองและลูกน้องได้ รวมถึงเป็นผู้ที่กำหนดชะตาชีวิตของตนเอง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “เป็นคนที่ไม่ชอบขอเงินพ่อแม่ในการซื้อของ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเราไม่ทำธุรกิจเป็นของตัวเองมาเป็นลูกจ้างแล้วก็มี ความเสี่ยงเหมือนกันที่จะโดนไล่ออกจากงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “เป็นอาชีพที่ดี แต่ว่ามันมีความเสี่ยง ช่วงยุคสมัย แบบนี้มันขายไม่ดีเหมือนเมื่อก่อน มันอยู่ในยุคที่เสี่ยง ก็แบบลงทุนก็ขายยากกว่าของจะออก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “เป็นผู้ประกอบการนี้ต้องมีความรับผิดชอบ
รับผิดชอบทั้งลูกน้อง รับผิดชอบทั้งตัวเอง และครอบครัวด้วย
ต้องมีความขยันเพราะว่าต้องทำงานแบบเต็มเวลาเลย”

4.5.2 การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึง การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ
มี 6 ด้าน พ่อแม่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนสนิท ครูหรืออาจารย์ พี่น้อง และบุคคล
อื่น ๆ ที่ใกล้ชิด เช่น ญาติ เจ้านาย เป็นต้น และเพื่อนร่วมชั้น ทำให้เห็นว่า การคล้อยตามกลุ่มคน
สำคัญนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยกลุ่มคนสำคัญนั้นจะ
เป็นผู้สนับสนุนการให้บุคคลนั้นตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ และยังสนับสนุนทั้งการเงิน ความรู้
ทักษะ ช่วยผลักดันธุรกิจให้มียอดขายที่สูงขึ้น จนทำให้บุคคลรู้สึกว่าได้รับการสนับสนุนและ
ส่งเสริมในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) พ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะ
เป็นการได้รับการสนับสนุนจากพ่อแม่ การให้เงินทุนและการให้ความช่วยเหลือในการทำธุรกิจทั้ง
เป็นที่ปรึกษาและช่วยการผลักดันสนับสนุนการทำธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ก็ตั้งแต่เรียนจบมาก็คือ สิ่งที่ทำให้ได้สร้าง
ธุรกิจก็คือ คุณพ่อ ช่วยสนับสนุนแล้วก็ ช่วยทำร้านให้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “จะเป็นเพราะพ่อแม่ทำธุรกิจตัวนี้อยู่แล้วด้วย
แต่ว่าพ่อแม่ทำแบบออฟไลน์คือ ไปหาลูกค้า แล้วก็ไปขยายธุรกิจ
ที่แม่ทำ แม่ช่วยในการซัพพอร์ตในการเรียนอะไรแบบนี้ทุกอย่าง
แล้วก็เหมือนในเพจใช้เบอร์โทรแม่ให้แม่โทรคุยกับลูกค้า
เหมือนคนสูงอายุ บางทีเขาพิมพ์ชื่อที่อยู่ไม่เป็นเขาก็โทรมาหาแม่
โดยตรง แล้วแม่ก็จกดออเคอร์อะไรให้ แล้วแม่ชวนไปเรียน
ออนไลน์ด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “ครอบครัวจะคอยสนับสนุนผลักดันให้เราได้
เป็น เจ้าของธุรกิจ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “มีผลเพราะเห็นพ่อแม่ก็ทำธุรกิจส่วนตัว แล้ว
อยากทำบ้าง เพราะว่าเราเป็นลูกจ้างคนอื่นก็ไม่ได้ยั่งยืน เลย
ทำให้อยากทำธุรกิจเป็นของตัวเอง อยากเป็นนายตัวเองแบบนี้”

2) พี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การได้รับการสนับสนุนจากพี่น้องในลักษณะของการทำธุรกิจร่วมกัน และการช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจไปยังเครือข่ายสังคมต่าง ๆ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “พี่น้องก็ช่วยครับ เพราะว่าพี่น้องก็มาช่วยกันทำงานตรงนี้ ก็ทำคนเดียวไม่ไหว ก็ต้องแบ่งกันทำงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ก็มีให้คำแนะนำบ้างให้ทุนบ้าง เป็นพี่ชายในการดูแลปลา ในการขายหาลูกค้าให้ อะไรให้”

3) เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนสนิท ในรูปแบบการให้คำแนะนำและการส่งเสริมในการทำธุรกิจ ในการร่วมลงทุนกัน พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “มีเพื่อนค่ะ ที่เป็นญาติที่ทำด้วยกัน ก็ช่วยกันก็คือ ทำธุรกิจด้วยกันเลย ทำอาหาร ทำทุกอย่างด้วยกัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “มีเพื่อนก็คอยส่งเสริม คอยให้กำลังใจ บางครั้งก็มีเพื่อนที่เป็น นักธุรกิจอยู่แล้ว เขาก็ให้คำแนะนำได้ในบางส่วน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 “ก็มีเพื่อนสนิทที่จะคอย support แบบว่าทำแบบไหน และควร บริหารจัดการยังไง”

4) เพื่อนร่วมชั้นเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ อธิบายได้ว่า การได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนสนิททั้งการเสนอไอเดียและแนวคิด ข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 “เขาก็ให้แนวคิด แบบขายแบบนี้ราคาเท่านี้ เพิ่มรสชาติแบบนี้หน่อย เป็นเพื่อนในห้องตอนเรียนที่ภูเก็ต เขาก็ไปทานข้าวที่ร้านอาหารของที่บ้านกันเป็นประจำ”

5) ครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการได้รับการสนับสนุนจากครูหรืออาจารย์จากการให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษาและวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็จะมีอาจารย์ที่คอยแนะนำ เออราน่าจะมีการเหมือนปลายเดือนน่าจะมีโปร โมชั่นแบบอาหารทะเลมาวางจำหน่าย แบบว่าให้เลือกปรุงอาหารแบบว่าเหมือนกับลูกค้าอยากกินปุ้บผัดผงกะหรี่ปั้วก็สามารถเอาจากร้านเราแล้วก็ปรุงอาหารให้กับ

ลูกค้าได้เลยก็คือ ที่ในখনอมมันจะมีช่วงเทศกาล แบบปลาย ๆ เดือน คนจะมาเที่ยวเยอะก็เลยช่วงปลายเดือนก็เลยมีโปรโมชัน เพื่อดึงดูดลูกค้า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “เป็นอาจารย์ที่เคยสอน หรือมหาวิทยาลัยรับ มาเรียนสาขานี้เพราะว่าก็อยากจะประกอบการของตัวเอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ก็จะมีครู/อาจารย์ที่จะซัพพอร์ตในเรื่องของ การหาเงินทุน การทำงาน ก็จะมีถามอาจารย์มาบ้างนิดหน่อย”

6) บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิด เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ อธิบายได้ว่าการที่บุคคลได้รับการสนับสนุนจากบุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิด ทั้งการเป็นแรงบันดาลใจ การสนับสนุน ให้ความรู้ และช่วยเหลือดูแลธุรกิจ ทำให้เป็นสิ่งที่คอยผลักดันสนับสนุนให้เป็นผู้ประกอบการ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “คนอื่น ๆ ที่ว่าเป็นคนเข้ามาชวนแล้วก็มีมาสอน ให้ช่วงแรก ๆ แบบนี้เป็นพี่เขาสนิทกับแม่ แม่ก็บอกว่าให้มาช่วย สอน เป็นสอนทางด้านออนไลน์โดยตรงเลย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “มีเป็นลุงมาช่วยสร้างบ่อให้ อะไรให้ แล้วมา ดูแลธุรกิจตอนที่เรายู่ร้านกับแม่”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “คนใกล้ชิดไม่ค่อยมีอิทธิพลต่อเราเท่าไรหรอก แต่นายจ้างก็จะมีอิทธิพลเพราะว่า เราก็คงศึกษาว่าเขาบริหารยังไง คู่มือการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกิจ”

4.5.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรม จากข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึงการรับรู้ความสามารถในการ ควบคุมพฤติกรรมในหลากหลายรูปแบบ โดยส่วนใหญ่กล่าวถึงการควบคุมสถานการณ์ในการ บริหารธุรกิจได้ และการรับรู้ถึงโอกาสแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการได้ รองลงมาคือ บุคคลที่มีการรับรู้ถึงความง่ายในการเป็นผู้ประกอบการ การมีวิธีการพัฒนาธุรกิจ การทราบถึง วิธีการปฏิบัติที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ การมีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการจะช่วยให้บุคคลนั้นมีความมั่นใจ ในการทำธุรกิจมากขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ 6 ด้านดังนี้

1) ความง่าย อธิบายได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการใหม่เป็นเรื่องที่สามารถทำได้ง่าย เพราะสามารถตัดสินใจดำเนินการได้รวดเร็ว พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “คือความที่เรามีความตั้งใจอยู่แล้วที่จะแบบ เป็นเจ้าของคนเดียว เริ่มต้นทำอะไรคนเดียว มันง่ายกว่าแล้วก็ รวดเร็วกว่าด้วยครับ ตัดสินใจที่จะทำคนเดียวไปเลยครับ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “คิดว่าการที่เราเปิดกิจการเป็นของตัวเอง น่าจะง่ายกว่า”

2) การควบคุมสถานการณ์ได้ อธิบายได้ว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุม สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนแสดงถึงความเชื่อมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจได้ พิจารณาได้จากผู้ให้ ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็มีเรื่องคู่แข่งกันที่มีเพิ่มขึ้น ทำให้มีอุปสรรค ในการได้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น ก็มาจัดการเรื่องสินค้าของเราให้ดีขึ้นก็คือ เหมือนกับเราเรียนมาทางด้านตรงคือ ทางผู้ประกอบการ แล้วเราก็สามารถมาจัดสรรวางแผนในการเปิดร้านว่า วันนี้มี ลูกค้าประเภทไหนมา เหมือนกับเสาร์อาทิตย์จะมีลูกค้าแบบ ต่างจังหวัดมาเที่ยวก็แบบจะทำอาหารให้เพิ่มมากขึ้น ซื่อวัตถุดิบ ให้เพิ่มมากขึ้น สามารถวางแผนในการดูแลร้านก็เหมือนกับหน้า ฝน เป็นช่วง Low season ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะอยู่ที่บ้าน ทานที่บ้านมากกว่า ก็เลยจะทำให้ยอดขายน้อยลงกว่าวันปกติก็คือ จะ ลดปริมาณวัตถุดิบในการขายลดลง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ประสบปัญหาคือ บางครั้งก่อนสิ้นเดือน หรือ ว่ากลางสัปดาห์ยอดขายตก บางครั้งก็จะยิงแอดเพิ่ม เพื่อให้ ยอดขายเราเพิ่มขึ้น หรือว่ามีโปรโมชัน หรือว่าโทรตามไปหา ลูกค้าเก่า”

3) โอกาสแห่งความสำเร็จ สามารถอธิบายได้ว่า การที่บุคคลนั้นรับรู้ถึงโอกาสใน ความสำเร็จเมื่อประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ และมีความมั่นใจว่าจะสามารถทำธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จได้ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเรามาทำธุรกิจตัวเองมันก็มีความเสี่ยง แต่ เรามีกำลังหรือว่ามีแรงที่จะทำให้ธุรกิจของเราสำเร็จได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “แล้วก็เห็น โอกาสเขา เหมือนไปประชุมแล้ว เห็นเขาทำออนไลน์ แล้วก็เริ่มอยากเรียนบ้าง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “คิดว่ามีความมั่นใจว่า เราทำธุรกิจแล้วจะ ประสบความสำเร็จ และก็ทำได้คืออยู่ในระดับที่มาก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “คิดว่ามีความมั่นใจว่า เราทำธุรกิจแล้วจะ ประสบความสำเร็จ และก็ทำได้ดี ให้เต็ม 5 อยู่แล้ว เพราะต้อง มั่นใจในตัวเองไว้ก่อน แต่การทำธุรกิจก็มีความเสี่ยงอยู่เยอะ เหมือนกัน”

4) การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ อธิบายได้ว่า ได้มีการเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ ก่อนที่จะลงมือทำธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ไปลงเรียนการทำธุรกิจออนไลน์มาก่อน แล้วก็มาลองทำเพจดู ก่อนที่จะเปิดธุรกิจ”

5) การทราบถึงวิธีการปฏิบัติที่จำเป็นในการทำธุรกิจ อธิบายได้ว่า การที่มีความรู้ทักษะในการทำธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้การทำธุรกิจมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากขึ้น พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มีอยู่ช่วงหนึ่งก็คือ ของธนาคาร ธกส. เขาจะ ให้แบบผู้ประกอบการรายใหม่หรือว่าผู้ที่สนใจเข้าไปร่วมอบรม ที่โรงแรมทวิน โคลด์สที่นครศรีธรรมราชเข้ากับคุณพ่อ คุณพ่อชวนไป เขาให้ความรู้เกี่ยวกับทางการตลาด และก็ได้โจทย์ที่ได้ดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “อย่างหนึ่งที่ทำได้มาทำธุรกิจนี้ เพราะว่าชอบเกี่ยวกับพวกเครื่องยนต์ พวกรถด้วย พอเราชอบเราก็คุ้นคุ้นนี้ รู้ อะไหล่ รู้ราคา รู้รุ่น รู้ว่ามันต้องทำอะไร ราคาเท่าไหน แล้วมันสอดคล้องกับธุรกิจก็คือ เรื่องราคาเรื่องการขาย มันก็เลยทำให้ชอบแล้วทำได้โดยอัตโนมัติ มีคอนเน็คชั่นเยอะ แล้วก็คิดว่ามีความรู้เรื่องรถเยอะ และมีความสามารถในการขับรถเยอะด้วย เพราะว่าขับรถได้หลายประเภท เครื่องจักรก็ขับได้ อะไรรู้ก็ขับได้ มีความรู้เรื่องราคา”

6) การมีวิธีการพัฒนาธุรกิจ อธิบายได้ว่า การที่มีกระบวนการหรือการวางแผนเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “ช่องทางการเพิ่มการค้าต้องการเพิ่มช่องทางการขายให้มากกว่านี้ ให้มันกว้างกว่านี้ให้เขารู้จักเราทั่วประเทศไทย ให้พ่อค้าเขารู้จักเรา แล้วเขาก็จะช่วยขายเรา”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “ก็แค่เอาจากที่เรียนมาต่อยอดนิด ๆ หน่อย ๆ มาต่อยอดเหมือนกับว่า วางแผนการตลาด ถ้าตรงนี้ขายไม่ได้เราก็คงทำยังไง จัดโปรโมชั่นหรือว่าให้มีการเชียร์เบียร์ของเราในตรงนั้น เพราะถ้าตรงนั้นมันเป็นทีของคนอื่น เราก็อาของเราไปจัดโปรโมชั่นตรงนั้นบ้าง”

4.5.4 ทูทางจิตวิทยาด้านบวก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านทูทางจิตวิทยาด้านบวก จากข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึง ทูทางจิตวิทยาด้านบวกในหลากหลายคุณลักษณะที่สอดคล้องตามองค์ประกอบของตัวแปรทูทางจิตวิทยาด้านบวก ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความหวัง การมองโลกในแง่ดี การฟื้นคืนพลัง การรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยการที่บุคคลมีคุณลักษณะการฟื้นคืนพลังในการทำธุรกิจ รองลงมาคือ ด้านความหวัง ทำให้เกิดความรู้สึกว่า การมองเห็นถึงความสำเร็จจากการเตรียมพร้อม เมื่อมีอุปสรรคจะมีทางออก และการพบเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ การมีมุมมองในการทำธุรกิจด้านดี ซึ่งสามารถอธิบายทูทางจิตวิทยาด้านบวกได้ดังนี้

1) ความหวัง อธิบายได้ว่า บุคคลนั้นมีความพยายามที่จะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยใช้วิธีการในการเป็นผู้ประกอบการได้หลากหลายวิธี การเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ และการรับรู้ได้ถึงความสำเร็จในอนาคต เมื่อพบอุปสรรคจะไม่ยอมแพ้แล้วมองว่าจะสามารถหาทางออกได้เสมอ มีการตั้งเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ในการดำเนินธุรกิจความสามารถในการบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “น่าจะเป็นการหาประสบการณ์เพราะว่าเรายังไม่เคยทำธุรกิจ น่าจะเป็นการที่เราฝึกทำบ่อย ๆ แล้วก็เหมือนบอกสูตรเดียวกันกับทุกคนแล้วก็ให้ทุกคน ทำไปพร้อมกันแล้วก็ใช้สูตรเดียวกันคือ ไม่ยอมแพ้ ทำมาเรื่อย ๆ จนได้สูตรตอนนี้แล้ว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ก็คือลูกค้า เพราะว่าลูกค้าช่วงนี้เขาก็ไม่ออกมาใช้จ่าย มันก็ทำให้เราขาดรายได้ตรงนี้ไป ส่วนอาหารพวก

อาหารทะเลวัตถุดิบนี้มันก็เริ่มหายากนิดนึง และหาหาวิธีการในการ
การจูงใจลูกค้า ให้เข้ามาในร้าน บางทีก็ทำเมนูใหม่ ทำโปรโมชั่น
คัวย เช่น มา 3 จ่าย 2”

2) การมองโลกในแง่ดี อธิบายได้ว่า การที่เรามีมุมมองต่อการทำธุรกิจในแง่ดีเสมอ
ไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นในอนาคต พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “อยากประสบความสำเร็จในการขายของ
ออนไลน์ให้ได้มากที่สุด แล้วก็เอาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า แล้วก็
หาสิ่งที่ตอบโจทย์ของตัวเองทำแล้วมีความสุข แล้วก็ทำให้ลูกค้า
อยากกลับมาหาเราได้ตลอดเรื่อย ๆ”

3) การฟื้นคืนพลังในการทำธุรกิจ อธิบายได้ว่า ความสามารถในการผ่านอุปสรรค
ในการดำเนินธุรกิจได้ เพราะมีประสบการณ์ที่ยากกว่านี้มาก่อน พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูล
สัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ในกรณีที่ลูกค้าไม่แฮปปี้กับรสชาตินั้น เราก็
จะให้ลูกค้าได้ชิม แล้วถ้าลูกค้าไม่ชอบอีก ก็อาจจะทำใหม่จนกว่า
ลูกค้าจะชอบ ก็อยากประสบความสำเร็จ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มันก็ต้องมีอุปสรรคบ้าง มีความล้มลุดกลดถวน
บ้างเหมือนกับว่า กว่าจะได้มาเป็นร้านแบบว่ามีคนทานอาหาร
ทุกวัน เหมือนกับว่าช่วงแรก ๆ ก็คือ คนยังไม่รู้จัก จนทุกวันนี้มี
ลูกค้าเยอะขึ้น”

4) การรับรู้ความสามารถของตนเอง อธิบายได้ว่า สามารถรับรู้ได้ถึงการมี
ความสามารถในการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยมีความสามารถที่จะนำเสนอแนวคิดในการทำธุรกิจแก่
ผู้อื่น สามารถทำให้ลูกน้องเชื่อถือในวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจได้ และมีความสามารถในการควบคุม
อารมณ์ในการดำเนินธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “ชอบที่จะพูด ชอบที่จะขาย ชอบเชียร์ แบบ
เหมือนเพื่อนสนใจตัวนี้ปุ๊บก็ จะเชียร์ให้ซื้อ คินะ มันสวยนะ ลด
ราคาให้ได้นะ ชอบการจูงใจให้เขามายกขาซื้อก็ได้ก็คือ ได้
หลายคนแล้วในการพูดให้เขามาซื้อของเรา รู้สึกว่าขายได้แล้ว
ประสบความสำเร็จ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็จากที่เป็นนักศึกษาแล้วตอนนี้เรียนจบแล้ว
คือ มีความแตกต่างมากขึ้นก็คือ แบบมีความรับผิดชอบงานมาก

ขึ้น มีความคิด มีความเป็นผู้นำว่า เราจะต้องจัดสรรในการจัดการ ลูกน้องยังไง เหมือนกับว่าเราอย่าใช้อารมณ์ในการพูดจาเหมือน บางครั้งแบบลูกค้าอารมณ์ไม่ดีแล้วเหมือนกับตั้งอาหารผิด เราก็ ต้องแบบปรับอารมณ์ให้แบบว่า เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงบริการที่ดี”

4.5.5 องค์ประกอบของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

จากข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึง แนวโน้มของการชอบ ความเสี่ยงนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยส่วนใหญ่พบว่า การที่มี คุณลักษณะกล้าได้กล้าเสีย สามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ และการ มีความกล้าที่จะลองสิ่งใหม่ รองลงมาคือ การมีความกล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ถึงผลลัพธ์ การชอบใช้ วิธีการใหม่ ๆ การเคยได้ลองทำสิ่งที่ทำทายนมาก่อน การลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทนที่สูง โดย แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงจะส่งเสริมให้บุคคลตัดสินใจมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ 6 ด้านดังนี้

1) กล้าได้กล้าเสีย อธิบายถึงการที่มีความเสี่ยงสูง ทำให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทน สูงเช่นเดียวกัน แต่ทั้งนี้ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับ โอกาสในการทำธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “การลงทุน ก็ตอนนี้เศรษฐกิจก็แย่อยู่ แต่ว่าเรา ก็ต้องอยากเสี่ยง อยากลองลงทุนดู เผื่อว่าจะไปรอด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ความท้าทายคือ เราจะต้องหาลูกค้าให้ได้ใน แต่ละวัน การเป็นผู้ประกอบการคือ เราไม่รู้เลยว่าลูกค้าจะมาเรา เมื่อไหร่ อยู่ที่ว่าเรา ส่วนมากเราจะต้องเดินหาลูกค้ามากกว่า อาจจะแบบไปขอลูกค้าจากอีกร้านหนึ่งมาบ้าง ได้คอนแทคจากเขา มาบ้าง ก็แบ่งมา บางที่ร้านเขาของไม่พออะไรแบบนี้ บางที่ร้าน เราของไม่พอก็จะส่งไปร้านเพื่อนบ้าง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “การทำธุรกิจน่าสนใจ ถ้าเราไม่ลองก็จะไม่รู้ หากเราไปลงทุนแล้วพลาดก็ไม่ค่อยดีเท่าไร แต่ถ้าไม่ลองก็ไม่รู้ ว่าเราจะสำเร็จจากการทำธุรกิจตรงนั้น เลือกว่าจะลอง”

2) ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง อธิบายถึงการมีความคิดว่าการที่ เป็นผู้ประกอบการ ถึงแม้จะมีความเสี่ยงแต่มีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูง พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเรามาทำธุรกิจตัวเองมันก็มีความเสี่ยง แต่เรามีกำลังหรือว่ามีแรงที่จะทำให้ธุรกิจของเราสำเร็จได้”

3) กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ อธิบายถึงการที่มีความกล้าในการทำธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถรับรองรายได้ที่แน่นอน พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “คุณพ่อช่วยพูดช่วยอธิบายในส่วนที่แบบอย่างกว่า การลงทุนมันก็ต้องเสี่ยงนะ มันก็ต้องอย่าไปหวังว่า จะเอากำไรอย่างเดียว ก็ต้องลงทุนต้องลอง ถึงจะได้ไม่ได้ก็ต้องลอง คงเป็นความคิดตั้งใจลงมือทำก่อนเพื่อจะประสบความสำเร็จ และอยากลองด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “อาจจะเป็นเรื่องราคาของในแต่ละวันด้วย เพราะว่าราคาจะขึ้น ๆ ลง ๆ อยู่ตลอดเวลา อาจจะเป็นเรื่องสภาพแวดล้อมมากกว่า ดินฟ้าอากาศ ปลาคุณนี่มันอ่อนไหวอ่อนโยนมาก บางทีโดนลมโดนแดดชนิดเดียวก็อาจจะป่วยได้ ทำให้พันธุ์ปลาที่เราลงทุนไปแบบเกือบ 100 ตัว บางทีอาจจะได้สัก 80 ตัวหรือ 70 ตัว แบบนี้เราก็ขาดทุนแล้วเหมือนกัน”

4) การขอใช้วิธีการใหม่ ๆ อธิบายถึงการที่มักจะใช้วิธีการใหม่ ๆ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ก็จะอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ไม่อยากทำอะไรซ้ำ ๆ ทุกวัน ความท้าทายคือ เหมือนอาจจะเจอคู่แข่ง แล้วก็เราจะทำยังไงให้เราสู้คู่แข่งได้ เราต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ทำยังไงให้ลูกค้าสนใจเพจเรามากกว่าเพจคนอื่น ความท้าทายนี้ก็ดีเหมือนกัน เพราะว่าจะได้เป็นแรงกดดันให้ตัวเองมีความพยายาม แล้วก็ทำให้เราที่จะเรียนรู้มากกว่าเดิม ไม่หยุดอยู่ที่เดิม ต้องพัฒนาอยู่เรื่อย ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ความท้าทายจะทำให้เราได้เริ่มต้นทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อที่เราจะได้ปรับตัวในอนาคต ถ้าเกิดอะไรขึ้นเราจะได้นำตรงนี้ไปปรับใช้”

5) กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ อธิบายถึงความกล้าในการทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ แล้วรู้สึกที่มีความสนุกไปกับความท้าทายในการได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “คงเป็นความคิด ตั้งใจลงมือทำก่อนเพื่อจะประสบความสำเร็จ อยากรองด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “สนุกกับความท้าทายมากกว่า เพราะที่เราทำไปไม่รู้ว่าเขาจะสนใจหรือไม่สนใจ มันต้องเสี่ยงดู คิดว่าเป็นคนที่ตัดสินใจอะไรที่เร็ว กล้าคิดกล้าทำ ไม่กลัวความเสี่ยง”

6) การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย อธิบายถึงในช่วงเวลาที่ผ่านมา เคยได้ทำสิ่งที่ท้าทายมาก่อน พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “เสี่ยงทุกวันเลย รู้สึกว่าท้าทายคือ การขาย ถ้าเราแข็งแกร่งจริงเราก็จะขายได้ แล้วมันก็จะเป็นเครดิตต่อเรานั้นคือ ความท้าทาย ถ้าเรามีคอนเนกชันที่ดี เรามีเครดิตที่ดี เราก็จะขายได้เยอะ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “เป็นคนที่เป็นคนใจร้อนหน่อย คิดแล้วก็ต้องทำเลย ประมาณแบบว่าชอบแบบนี้อายากได้แบบนี้ซื้อเลย อยากทำอันนี้ ทำเลยมากกว่า ทำให้ได้ถึงว่าจะเจ็บก็ต้องทำ ถือว่าเราได้ลองดีกว่าเราอยู่เฉย ๆ แล้วเราฟังเพื่อนพูดเราก็ไม่เข้าใจ เราทำเองเรารู้มากกว่าเพื่อนดีกว่าเรานั่งฟังคนอื่นพูด แล้วเราไม่รู้เรื่อง บางทีเราลองทำดูแล้ว ถึงมันจะเจ๊งหรือว่ามันจะยังงัย เราทำมาแล้วเราได้รู้ ได้บอกคนอื่นได้ว่ามันเวิร์กหรือไม่เวิร์กยังงัย”

4.5.6 องค์ประกอบของปัจจัยอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึง ภูมิหลังของบุคคลนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ คุณลักษณะอื่น ๆ ของการเป็นผู้ประกอบการ ทูนมมนุษย์ รองลงมาคือ ทูนทรัพย์ บริบทภายนอกสามารถส่งอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.5.6.1 ภูมิหลังของบุคคล

ภูมิหลังของบุคคล ได้แก่ ทูนมมนุษย์ ทูนทรัพย์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ บุคคลต้นแบบ

1) ทุนมนุษย์ อธิบายถึงการได้รับการศึกษาทำให้มีความรู้เพื่อนำไปใช้ในการทำธุรกิจ รวมถึงการเคยได้รับการฝึกปฏิบัติในการทำธุรกิจ พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็คือ เหมือนกับเราเรียนมาทางด้านตรงคือทางผู้ประกอบการ แล้วเราก็สามารถมาจัดสรรวางแผนในการเปิดร้านว่า วันนี้มีลูกค้าประเภทไหนมา เหมือนกับเสาร์อาทิตย์จะมีลูกค้าแบบต่างจังหวัดมาเที่ยวก็แบบจะทำอาหารให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งวัตถุดิบให้เพิ่มมากขึ้น และจากที่เราได้เรียนสาขานี้เป็นประโยชน์ต่อหนูมาก เพราะง่าก็คือเหมือนกับตอนที่ได้มีการออกบรรยายของก็คือ เหมือนกับเราสามารถขายของได้จริง เราได้รู้ว่ารายรับรายจ่าย ขายได้หรือไม่ได้ กำไรเพิ่มหรือว่าขาดทุน ก็กลับมาใช้ในตอนนี้ก็คือ ใช้ได้ดีขึ้นก็คือ มีการจัดการมีการวางแผนที่ดี เพื่อที่จะไม่ให้เสียกำไรหรือว่าขาดทุน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “นำจากที่เรียนมาต่อยอดนิด ๆ หน่อย ๆ”

2) ทุนทรัพย์ อธิบายถึงการมีสินทรัพย์ที่สามารถใช้เป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น ที่ดิน อาคาร เงินทุน เป็นต้น พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “ก็อาจจะจะเป็นพื้นที่ตึกนี้ เราปล่อยทิ้งไว้แล้วมันไม่เกิดประโยชน์ แล้วเราก็เพิ่งเรียนจบแล้ว ก็ไม่อยากจะไปทำงานเป็นลูกจ้างประจำ ก็เลยคิดว่าการที่เราจะปล่อยตึกทิ้งไว้เราก็เลยมาทำธุรกิจให้มันเกิดขึ้นมา”

3) คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านอื่น ๆ อธิบายถึงการที่เป็นคนที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ มีความทะเยอทะยานในการที่จะทำธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “เป็นคนทีพุดชัดเจนคือ อยู่ตรงนี้ต้องพุดชัดเจนกับใครก็ตาม ต้องพุดชัดเจน รับผิดชอบในคำพุด เราเป็นพ่อค้าเราต้องพุดคำไหนคำนั้น มีไหวพริบสามารถตัดสินใจเฉพาะหน้า รวดเร็ว แก้ไขปัญหาได้

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “บุคลิกของก็จะเป็ความทะเยอทะยาน การรับฟัง แล้วจะเป็นคนที่ใช้เหตุผลในการคุยมากกว่า และเป็นคนที่ถ้ารู้ว่าตัวเองต้องทำก็จะทำเต็มที่ อย่างน้อยจะไม่ต้องเสียใจว่าเพราะเราทำมันเต็มที่แล้ว”

4) บุคคลต้นแบบ อธิบายถึง ผู้ที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้บุคคลสามารถยึดเป็นต้นแบบในการทำธุรกิจ เพื่อต้องการที่จะประสบความสำเร็จตามบุคคลต้นแบบ

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “เน็ตไอดอลที่เขาประสบความสำเร็จคือ เห็นเขา ณ จุดนั้นว่า เขาอายุน้อย กว่าเรา แต่เขาสามารถที่จะประสบความสำเร็จในการค้าขายออนไลน์ได้ ซึ่งเราก็ดูแล้วก็อยากจะทำให้ได้ของเขา”

4.5.6.2 บริบทภายนอก

บริบทภายนอก เช่น ด้านเศรษฐกิจที่สามารถทำให้บุคคลตัดสินใจที่จะทำธุรกิจ เป็นต้น พิจารณาได้จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ก็ตอนนี้เศรษฐกิจก็แย่อยู่ แต่ว่าเราก็ต้องอยากเสี่ยง อยากลงทุนดูเพื่อว่าจะไปรอด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ทำทนายสุด ๆ ก็คือ เศรษฐกิจช่วงนี้ตกต่ำ คนก็ออกมาใช้จ่ายน้อยลง เขาก็ไม่ค่อยออกมาซื้ออาหาร มันก็เป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เพราะว่าถ้าว่าถ้าเราไม่ทำธุรกิจเป็นของตัวเองมาเป็นลูกจ้าง แล้วก็มีความเสี่ยงเหมือนกันที่จะโดนไล่ออกจากงาน”

4.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีแบบผสมผสานด้วยรูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ ซึ่งในช่วงที่ 1 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และช่วงที่ 2 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายสาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งทำให้สามารถพิจารณาผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ดังตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
<p>1. ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลรวม 0.324 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001</p>	<p>1. ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>1.1 มีมุมมองถึงการเป็นผู้ประกอบการมีผลดีกว่าอาชีพลูกจ้าง</p> <p>1.2 การเป็นผู้ประกอบการมีความดึงดูดใจ จากการทำอิสระ สามารถตัดสินใจลงมือทำได้ด้วยตนเอง</p> <p>1.3 อาชีพผู้ประกอบการนั้นทำให้มีรายได้ที่มั่นคง และมีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา</p> <p>1.4 การที่ได้เป็นผู้ประกอบการนั้นทำให้เกิดความชอบที่จะทำงานให้เต็มที่มากขึ้น</p> <p>1.5 การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่เลือก เพราะมีแรงบันดาลใจที่อยากจะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง</p> <p>1.6 ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่สามารถรับผิดชอบตนเองและผู้อื่นได้</p>
<p>2. ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรง 0.237 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และทูทางจิตวิทยาด้านบวกมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง มีขนาดอิทธิพลทางอ้อม 0.184 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001</p>	<p>2. ทูทางจิตวิทยาด้านบวก</p> <p>2.1 มีความหวัง จากการทำหน้าที่ที่มีการเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ ด้วยการฝึกวิธีการปฏิบัติในการทำธุรกิจจนกระทั่งได้แนวปฏิบัติที่ใช้ในการทำธุรกิจและไม่เคยย่อท้อ มุ่งมั่น อดทน เพราะเชื่อว่าจะสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้</p> <p>2.2 ผู้ที่มีความคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลดีเสมอ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคต โดยมองว่าความเสี่ยงในการทำธุรกิจนั้นทำให้รู้สึกว่าเป็นความสนุกในความท้าทาย</p> <p>2.3 มีความสามารถที่จะผ่านช่วงเวลาที่ยากไปได้ โดยมองว่าการทำธุรกิจหากมีอุปสรรคเกิดขึ้นจะสามารถผ่านพ้นปัญหาต่าง ๆ ได้ เพราะว่าเคยมีประสบการณ์จากการที่ผ่านเรื่องยากลำบากในการทำธุรกิจมาก่อน</p> <p>2.4 ผู้ที่มีความสามารถในการนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น โดยมีความชื่นชอบในการนำเสนอธุรกิจให้แก่ลูกค้า และมีความสามารถในการทำให้ผู้อื่นเชื่อในวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจ เช่น การปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างของพนักงาน ทั้งเรื่องความรับผิดชอบ การเป็น</p>

ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
	ผู้นำที่ดี การสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น โดยเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก
3. การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลรวม 0.171 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	<p>3. การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ</p> <p>3.1 พ่อแม่สนับสนุนด้วยการลงทุนเริ่มแรกและให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ</p> <p>3.2 มีพี่น้องให้ความช่วยเหลือและทำธุรกิจเพื่อสานต่อธุรกิจของครอบครัว</p> <p>3.3 มีเพื่อนสนิทได้สนับสนุนและผลักดันในการทำธุรกิจ และมีการได้ร่วมทำธุรกิจด้วยกัน</p> <p>3.4 เพื่อนร่วมชั้นให้การสนับสนุนในการทำธุรกิจ โดยให้คำแนะนำในการปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น</p> <p>3.5 การได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ในการทำธุรกิจ</p> <p>3.6 บุคคลอื่น ๆ เช่น เน็ตไอดอล ที่ทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จ ญาติให้ความช่วยเหลือในการลงมือทำธุรกิจ เป็นต้น</p>
-	<p>4. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม</p> <p>4.1 มีรับรู้ว่าการทำธุรกิจเป็นสิ่งที่ยาก ทำได้ไม่ยาก</p> <p>4.2 มีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่น การคิดกลยุทธ์ในการแข่งขัน การจัดการต้นทุน เป็นต้น</p> <p>4.3 การรับรู้ถึงโอกาสแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจ เพราะคิดว่ามีความสามารถที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ</p> <p>4.4 มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ด้วยการเข้ารับการอบรม เพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถในการทำธุรกิจ</p> <p>4.5 มีความรู้และทราบถึงวิธีปฏิบัติที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิตเฉพาะของธุรกิจ ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น</p> <p>4.6 การทราบวิธีการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ</p>

ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
5. แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง มีขนาดอิทธิพลทางอ้อม 0.130 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001	<p>5. แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง</p> <p>5.1 มีความกล้าได้กล้าเสีย ถึงแม้การทำธุรกิจมีความเสี่ยงสูง ก็อยากจะทำเสี่ยง เพื่อจะมีโอกาสทำให้อยู่รอด</p> <p>5.2 การทำธุรกิจถึงจะมีความเสี่ยงแต่ก็มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูง</p> <p>5.3 มีความกล้าเสี่ยงถึงแม้จะไม่สามารถรู้ถึงรายได้ที่แน่นอนได้ แต่ก็ต้องลองดูก่อน</p> <p>5.4 การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ และไม่กลัวที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในการเริ่มต้นใหม่</p> <p>5.5 มีความกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ และมีความรู้สึกสนุกกับความท้าทาย ไม่กลัวความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจทำธุรกิจ</p> <p>5.6 การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทายในช่วงเวลาที่ผ่านมา</p>

จากตารางที่ 4.64 ทำให้สามารถพิจารณาผลการวิเคราะห์สาเหตุที่อธิบายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ สามารถส่งอิทธิพลทางบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ สำหรับปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวก สามารถส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และยังสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงไม่สามารถส่งอิทธิพลทางตรงไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แต่สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง

สำหรับผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่มีหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่กล่าวถึงบุคคลนั้นมีมุมมองถึงการเป็นผู้ประกอบการมีผลดีกว่าอาชีพลูกจ้าง อาชีพผู้ประกอบการมีความดึงดูดใจ มีอิสระ สามารถตัดสินใจลงมือทำได้ด้วยตนเอง ด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ เช่น พ่อแม่สนับสนุนด้วยการลงทุนเริ่มแรก และให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ มีพี่น้องให้ความช่วยเหลือในทำ

ธุรกิจเพื่อสานต่อธุรกิจของครอบครัว เป็นต้น ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เช่น สามารถรับรู้ว่าการทำธุรกิจเป็นสิ่งที่ง่าย มีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน อย่างเช่น การคิดกลยุทธ์ในการแข่งขัน การจัดการต้นทุน เป็นต้น ด้านทุนทางจิตวิทยาด้บบวก เช่น มีความหวัง ไม่เคยย่อท้อ มุ่งมั่น อดทน เพราะเชื่อว่าจะสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ มีความสามารถในการนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น โดยมีความชื่นชอบในการนำเสนอธุรกิจให้แก่ลูกค้า เป็นต้น หรือด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง เช่น มีความกล้าได้กล้าเสียถึงแม้การทำธุรกิจมีความเสี่ยงสูง มีความกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ และมีความรู้สึกสนุกกับความท้าทาย ไม่กลัวความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจทำธุรกิจ เป็นต้น สามารถอธิบายการทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (2) อธิบายสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการใหม่

วิธีการศึกษาแบบวิธีผสมผสานด้วยรูปแบบลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ (Sequential-independent design) แบ่งการดำเนินการศึกษาข้อมูล 2 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำนายปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จากปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการก่อนการสำเร็จการศึกษา และช่วงที่ 2 ศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายสาเหตุของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ การศึกษาถึงข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อเข้าใจสาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังสำเร็จการศึกษา 6 เดือนได้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณคือ นักศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏและวิทยาลัยอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่กำลังศึกษาในชั้นปีสุดท้ายที่ศึกษาด้านการบริหารธุรกิจในจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 824 ตัวอย่าง ด้วยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ผลจากการเก็บข้อมูลซึ่งได้รับแบบสอบถามคืนคิดเป็นร้อยละ 80.43 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด จากนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 781 ตัวอย่าง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น (1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติ จากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) (2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ใช้สถิติอ้างอิงสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) และการตรวจสอบตัวแปรอิสระทุกตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ใช้การพิจารณาจากดัชนีความเพ้อของค่าสัมประสิทธิ์ (Variance inflation factor:

VIF) และค่าพิสัยความเผื่อ (Tolerance) และการตรวจสอบความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายในใช้การพิจารณาค่าเดอ์บิน-วัตสัน (Dubin-Watson) (3) การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structure equation model: SEM) เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ในการพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระในลักษณะทางตรงหรือทางอ้อมไปยังตัวแปรตาม และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ร่วมกัน เพื่อยืนยันและสนับสนุนอิทธิพลที่เกิดขึ้นในแต่ละตัวแปร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง (High entrepreneurial intention) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ระหว่าง 6.143–7.000 และกลุ่มตัวอย่างหรือเรียกว่า ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) อย่างน้อยกว่า 12 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงและได้ให้ข้อมูลติดต่อทางอีเมลหรือโทรศัพท์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยข้อคำถามในการสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ ผลจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 17 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบปรากฏการณ์วิทยาเชิงตีความ (Interpretative phenomenon analysis)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ กรณีศึกษา นักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย แบ่งออกเป็นสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอ ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ทำให้สามารถตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ทูทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ พบว่ามีทั้งปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สามารถพิจารณาได้ดังนี้

1) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลรวม 0.324 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 1

2) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลรวม 0.171 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 2

3) ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรง 0.237 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 4

4) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีขนาดเป็นอิทธิพลทางตรง 0.051 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธการยอมรับสมมติฐานที่ 5

5) ทูทางจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง มีขนาดอิทธิพล 0.184 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 6

6) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีขนาดอิทธิพล 0.130 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 7

สำหรับปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ทูทางจิตวิทยาด้านบวก และการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดคือ ทูทางจิตวิทยาด้านบวก และรองลงมาคือ แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

5.1.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้สามารถตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 การศึกษาเชิงคุณภาพที่อธิบายสาเหตุต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายปัจจัยที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นเกิดจากการมีมุมมองถึงการเป็นผู้ประกอบการมีผลดีกว่าอาชีพลูกจ้าง การเป็นผู้ประกอบการมีความดึงดูดใจ จากการมีอิสระในการประกอบอาชีพ สามารถตัดสินใจลงมือทำได้ด้วยตนเอง อาชีพผู้ประกอบการทำให้มีรายได้ที่มั่นคง

และมีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา การที่ได้เป็นผู้ประกอบการนั้นทำให้เกิดความชอบที่จะทำงานให้เต็มที่มากขึ้น การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่เลือก เพราะมีแรงบันดาลใจที่อยากจะมีความเป็นของตัวเอง และการมีมุมมองต่ออาชีพการเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถทำให้รับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่นได้

2) ทูทางจิตวิทยาค้านบวกเป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่มีความหวัง จากการที่เป็นผู้ที่มีการเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ ด้วยการฝึกวิธีการปฏิบัติในการทำธุรกิจจนกระทั่งได้แนวปฏิบัติที่ใช้ในการทำธุรกิจ และไม่เคยย่อท้อ มุ่งมั่น อดทน เพราะเชื่อว่าจะสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ผู้ที่มีความคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลดีเสมอ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคต โดยมองว่าความเสี่ยงในการทำธุรกิจนั้นทำให้รู้สึกว่าเป็นความสนุกในความท้าทาย มีความสามารถที่จะผ่านช่วงเวลาที่ยากไปได้ โดยมองว่าการทำธุรกิจหากมีอุปสรรคเกิดขึ้นจะสามารถผ่านพ้นปัญหาต่าง ๆ ได้ เพราะเคยมีประสบการณ์จากการที่ผ่านเรื่องยากลำบากในการทำธุรกิจมาก่อน และผู้ที่มีความสามารถในการนำเสนอแนวคิดธุรกิจกับผู้อื่น โดยมีความชื่นชอบในการนำเสนอธุรกิจให้แก่ลูกค้า และมีความสามารถในการทำให้ผู้อื่นเชื่อในวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจ เช่น การปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างของพนักงาน ทั้งเรื่องความรับผิดชอบ การเป็นผู้นำที่ดี การสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น โดยเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

3) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ โดยการที่พ่อแม่สนับสนุนด้วยการลงทุนเริ่มแรก และให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ พี่น้องให้ความช่วยเหลือและทำธุรกิจเพื่อสานต่อธุรกิจของครอบครัว มีเพื่อนสนิทได้ร่วมทำธุรกิจด้วยกัน การได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ในการทำธุรกิจบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติ เน็ต อดอล เป็นต้น ที่ทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จ

4) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง เป็นบุคลิกภาพที่บุคคลนั้นมีความกล้าได้กล้าเสีย ถึงแม้การทำธุรกิจมีความเสี่ยงสูง ก็อยากจะลองเสี่ยง เพื่อจะมีโอกาสทำให้อยู่รอด การทำธุรกิจถึงจะมีความเสี่ยงแต่ก็มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูง มีความกล้าเสี่ยงถึงแม้จะไม่สามารถรู้ถึงรายได้ที่แน่นอนได้ แต่ก็อยากที่จะลองทำดูก่อน มีความกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ และมีความรู้สึกสนุกกับความท้าทาย ไม่กลัวความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจทำธุรกิจ

5) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยมีการรับรู้ว่าการทำธุรกิจเป็นสิ่งที่ง่ายทำได้ไม่ยาก มีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่น การคิดกลยุทธ์ในการแข่งขัน การจัดการต้นทุน เป็นต้น การรับรู้ถึงโอกาสแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจ เพราะคิดว่ามีความสามารถที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ด้วยการเข้ารับการอบรม เพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถในการทำธุรกิจ มี

ความรู้และทราบถึงวิธีปฏิบัติที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิตเฉพาะของธุรกิจ
ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ กรณีศึกษา
นักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย นำมาสู่การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การศึกษา
ดังนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปรายผลแต่ละปัจจัยดังนี้

1) ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะ
เป็นผู้ประกอบการ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 แสดงให้เห็น
ว่า ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ สะท้อนถึงความคิดเห็นส่วนบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการ
นั้นมีความรู้สึกพอใจ มีความชอบ ทำให้บุคคลเกิดความดึงดูดใจต่ออาชีพการเป็นผู้ประกอบการ
และประเมินผลต่อการเป็นผู้ประกอบการว่ามีข้อดีต่อตนเอง การประกอบอาชีพผู้ประกอบการเป็น
อาชีพที่ดึงดูดใจ มีโอกาสและทรัพยากรมากกว่าอาชีพ ทำให้เกิดความชอบและมีความพึงพอใจ
และเป็นอาชีพที่เลือกในอนาคต ผลการศึกษานี้เป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory
of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่อธิบายถึง ทักษะคิดต่อพฤติกรรมนั้นทำให้บุคคลมี
ความรู้สึกว่าอยากจะทำหรือไม่อยากที่จะกระทำพฤติกรรม โดยทักษะคิดต่อพฤติกรรมสามารถ
เกิดขึ้นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่ทักษะคิดทางบวกต่อพฤติกรรมจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะ
กระทำ

ผลการศึกษานี้จึงมีความสอดคล้องกับการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความ
ตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา อย่างเช่น Dinc and Budic (2016) และ
Maresch et al. (2016) การมีความเห็นต่อการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการนั้นมีข้อดีมากกว่า
ข้อเสีย การเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นอาชีพที่ดึงดูดใจ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถที่จะ
ส่งผลดีต่อตนเอง และหากบุคคลนั้นได้เป็นเจ้าของธุรกิจจะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อตนเองอย่าง
มาก รวมถึง Aragon-Sanchez et al. (2017) การเป็นผู้ประกอบการทำให้ได้รับโอกาสและทรัพยากร
ในขณะที่บุคคลนั้นมีทางเลือกในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ผู้ประกอบการจะเป็นอาชีพที่
เลือกหลังจากสำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นบริบทการศึกษาในต่างประเทศ เมื่อพิจารณาผลการศึกษานี้มี
ความสอดคล้องกับผลการวิจัยในบริบทประเทศไทย อย่างเช่น มารยาท โยทองยศ และทรงวาด
สุขทองมา (2559) ซึ่งพบว่า ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะ
เป็นผู้ประกอบการ และมีขนาดอิทธิพลมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นในการ

ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะทัศนคตินั้นทำให้เกิดความคิด และความรู้สึกที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลให้บุคคลมีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาในเชิงคุณภาพทำให้สามารถอธิบายทัศนคติต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยบุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการจะมีความชอบในเรื่องของการเป็นเจ้าของธุรกิจ มีมุมมองว่าผู้ประกอบการมีความอิสระ แล้วก็เป็นอาชีพที่ไม่ถูกตีกรอบ ไม่มีกรอบในการคิดสามารถตัดสินใจได้อย่างอิสระ การทำธุรกิจเป็นของตัวเองจะส่งผลดีมากกว่าหากทำอาชีพอื่นอาจไม่ยั่งยืน จึงทำให้อยากเป็นนายตัวเอง ซึ่งจะทำให้สถานะทางการเงินมีความมั่นคง และมองว่าเป็นอาชีพที่มีความสุข เพราะสามารถทำงานที่ไหนก็ได้รู้สึกมีอิสระ นอกจากนี้ยังเห็นถึงความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีด้านดีในการที่จะสามารถช่วยสร้างงานให้คนอื่น ๆ ได้อีกด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Cho, Moon, and Bounkhong (2019) ที่ได้ศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพในด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของผู้ให้ข้อมูลในประเทศอเมริกา ที่มีอายุระหว่าง 20–30 ปีที่กำลังจะเริ่มธุรกิจ สามารถอธิบายถึงมุมมองต่อการเป็นผู้ประกอบการได้ว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจทำให้สามารถบริหารงานได้อย่างอิสระ มีความยืดหยุ่นของรายได้ สามารถสร้างฐานะที่มั่นคงได้

2) การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพได้ด้วยตนเอง และอาจจะเกิดจากการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ได้แก่ พ่อแม่ เพื่อนสนิท ครูหรืออาจารย์ ที่จะเห็นด้วยต่อการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่อธิบายถึง การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญที่ได้แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในการจะกระทำพฤติกรรม ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Liñán and Chen (2009) ที่กล่าวถึงสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ให้ความเห็นด้วยและส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท นอกจากกลุ่มคนสำคัญเหล่านี้ Trivedi (2016) ยังกล่าวถึงกลุ่มคนสำคัญอย่าง เช่น เพื่อนร่วมชั้น ครูหรืออาจารย์ และบุคคลที่ใกล้ชิด นั้นเป็นกลุ่มคนสำคัญที่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Kautonen et al. (2015) และ Mueller (2011) ที่พบว่า การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของนักศึกษาสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ โดยกลุ่มคนสำคัญจะเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อนสนิท และบุคคลอื่นที่

ใกล้ชิดที่สนับสนุนทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญเหล่านี้ในการเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ผลการศึกษาในครั้งนี้มีความแตกต่างกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่พบว่า การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้นไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ งานวิจัยของ พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ (2555) ที่ผลการศึกษาพบว่า การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้นไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แสดงถึงการที่นักศึกษาสามารถตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ด้วยตัวเอง รวมถึง มารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา (2559) จากการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงการรับรู้ว่าคุณค่าที่มีความสำคัญหรือบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ เพื่อน เป็นต้น โดยได้ผลการศึกษาว่า การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญไม่สามารถส่งอิทธิพลทางตรงไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยได้ให้ข้อเสนอแนะว่า บุคคลในครอบครัวซึ่งถือเป็นคนใกล้ชิดที่มีความสำคัญควรจะทำให้การสนับสนุนในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำให้นักศึกษารู้สึกถึงการได้รับการยอมรับในการมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สำหรับผลการศึกษาในเชิงคุณภาพทำให้สามารถอธิบายปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยพ่อแม่คือคนในครอบครัวที่สำคัญที่ทำให้ได้เริ่มทำธุรกิจ ซึ่งให้ทั้งแนวคิดในการทำธุรกิจ การมาสานต่อธุรกิจของครอบครัว การให้คำปรึกษา การสนับสนุนเงินทุน การกระตุ้นให้มีความคิดที่จะทำธุรกิจ และเพื่อนสนิท อาจารย์ จะให้การสนับสนุนและให้กำลังใจในการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนพี่น้องและคนอื่น ๆ ที่ใกล้ชิด ให้การสนับสนุนช่วยผลักดันให้ทำธุรกิจ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Hulsink and Koek (2014) ที่ได้อธิบายถึงสิ่งที่ช่วยผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการใหม่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่อายุไม่เกิน 25 ปี ได้อย่างรวดเร็ว เกิดขึ้นจากการที่ได้รับแรงบันดาลใจและสนับสนุนให้เป็นผู้ประกอบการจากพ่อแม่ และมีการส่งเสริมให้ช่วยขยายในการทำธุรกิจของครอบครัวแล้วยังมีกลุ่มคนสำคัญ อย่างเช่น เพื่อน ๆ ที่เป็นผู้ประกอบการแล้ว จะมีบทบาทที่สำคัญเช่นกันในการกระตุ้นให้เป็นผู้ประกอบการ การให้ความช่วยเหลือในการเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจ รวมถึงแบ่งปันประสบการณ์ ให้คำแนะนำแนวทางการปฏิบัติในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ไม่สามารถสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ได้ เนื่องจากผลการศึกษาในเชิงปริมาณพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากกับตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ จึงต้องย้ายการรับรู้

ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดล ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Gieure et al. (2019) ที่ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในยุโรป อเมริกา เอเชีย และแอฟริกา ที่พบถึงความสัมพันธ์ที่สูงมากระหว่างตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม กับตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จึงย้ายตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมออกจากโมเดลสมการโครงสร้าง และทำให้ได้ผลการศึกษาทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และผลการศึกษานี้ได้สนับสนุนการศึกษาของ Kolvereid and Isaksen (2006) ที่ได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของผู้ที่ลงทะเบียนการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในประเทศนอร์เวย์ โดยใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นกรอบแนวคิด ผลการศึกษาพบว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลที่ประกอบด้วย ตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญใช้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ดีกว่าการใช้ทฤษฎีทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ประกอบด้วยตัวแปรทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ ซึ่งสามารถใช้ทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ แต่ตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้

โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้สนับสนุนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรทิพย์ ม่วงมี และคณะ (2555) ที่ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และผลการวิจัยของ Kim-Soon et al. (2016) ในบริบทประเทศมาเลเซีย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยภาครัฐ ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งอิทธิพลทางลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดย Ajzen (2002) ได้อธิบายถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีระดับต่ำ แสดงถึงการที่บุคคลมีความเชื่อว่าตนเองนั้นขาดทรัพยากร อย่างเช่น ทักษะ เวลา เงิน และความสามารถในการบริหารจัดการ การที่บุคคลมีทรัพยากรเหล่านั้นน้อยจะส่งผลต่อการประเมินความสามารถของตนเองต่อพฤติกรรมว่ามีความยาก จึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีระดับต่ำ และ Krueger et al. (2000) ได้อธิบายถึง การที่บุคคลมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอยู่ในระดับสูง แต่ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับที่ต่ำ เกิดมาจากสาเหตุที่บุคคลนั้นมีระดับการรับรู้ถึงความยากที่จะแสดงพฤติกรรม แต่ผลของการศึกษานี้มีความแตกต่างกับผลการศึกษามารยาท โยทองยศ และทรงวาด สุขทองมา (2559) ที่พบถึง การรับรู้ความสามารถในการควบคุม

พฤติกรรมนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี อาจมีความต้องการที่จะพัฒนาทักษะที่มีความจำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้เพิ่มสูงขึ้น

สำหรับผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ถึงแม้จะปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังไม่สามารถส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จึงยังทำให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นสิ่งที่จะต้องได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้แก่นักศึกษาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้บุคคลนั้นสามารถเกิดการรับรู้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ง่าย โดยสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์เพื่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ แล้วมองเห็นถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงมีความรู้ ทักษะ และทราบถึงวิธีการปฏิบัติที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนให้บุคคลนั้นมีการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ถึงแม้ผลการวิจัยเชิงปริมาณจะไม่สามารถสรุปปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ แต่สามารถอธิบายได้ด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถใช้อธิบายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยเฉพาะผู้ที่มิพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่ได้ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ จะมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการ โดยมีความมั่นใจว่าจะสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ มีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนจากการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกิจได้ และรับรู้ถึงการเป็นผู้ประกอบการหรือการเริ่มทำธุรกิจทำได้ง่าย ซึ่งจะมีความแตกต่างกับผู้ที่มิพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการแต่ ณ ปัจจุบันยังไม่ได้ลงมือทำธุรกิจ อธิบายถึงสาเหตุว่า ยังมีความไม่มั่นใจในการทำธุรกิจ เพราะขาดความรู้ เช่น ด้านการตลาด ด้านคู่แข่งขัน เป็นต้น มีความต้องการสั่งสมประสบการณ์ให้มากกว่านี้จึงเลือกที่จะเป็นลูกจ้างก่อนที่จะทำธุรกิจทันทีหลังสำเร็จการศึกษา สอดคล้องกับ Kirkley (2016) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในประเทศนิวซีแลนด์ สามารถอธิบายถึงการค้นพบปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนให้เกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ จากการที่รับรู้ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าดำเนินธุรกิจได้ประสบความสำเร็จในระดับสูง มีความสามารถในการควบคุมและวางแผนธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และสามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ แต่หากบุคคลไม่มีทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ในการ

เป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ขาดความมั่นใจในการรับรู้ความสามารถที่ตนเองจึงเป็นอุปสรรคต่อการแสดงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ

4) ทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวก มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 สันับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 4 แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่มีความหวังส่งผลให้มีพลังใจที่จะทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ มีการมองโลกในแง่ดีว่าจะมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นเสมอ สามารถฟื้นคืนพลังเมื่อเจอเหตุการณ์ความล้มเหลวก็จะเริ่มต้นใหม่ได้ รวมถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีความมั่นใจต่อตนเองในการประสบความสำเร็จ สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Chell (2008) ที่ได้อธิบายถึง บุคลิกภาพของบุคคลที่จะเริ่มทำธุรกิจนั้นจะต้องมีการมองโลกในแง่ดี (Optimism) ซึ่งทำให้เห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจ ส่งผลต่อการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับการฟื้นคืนพลัง (Resilience) เป็นบุคลิกภาพที่ควรจะมีระดับสูงเพื่อที่จะสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และผู้ที่มีความหวัง (Hope) จะเป็นผู้ที่รับรู้ถึงโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทน รวมถึงผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) เป็นลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ทำให้สามารถรับรู้ถึงความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และบุคลิกภาพทั้ง 4 ด้านนี้ เรียกว่า ทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวก (Luthans et al., 2007)

ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ครั้งแรกที่ได้ทดสอบในประเทศไทย และสอดคล้องกับจากผลการวิจัยอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ตัวอย่างเช่น การศึกษาถึงปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกในการส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Hlatywayo et al. (2017) ในบริบทของนักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีสุดท้ายของประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา เช่นเดียวกับประเทศไทยพบว่า ทฤษฎีจิตวิทยาด้านบวกนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จึงควรใช้ปัจจัยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกในการช่วยพัฒนาศักยภาพความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการศึกษาของ Contreras et al. (2017) ที่ได้ศึกษากับนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในระดับปีสุดท้ายในประเทศโคลัมเบีย และได้สนับสนุนทุนทางจิตวิทยาด้านบวกซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ความสามารถของตนเองในการมีความมั่นใจที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ การฟื้นคืนพลัง การมองโลกในแง่ดี การเป็นผู้มีความหวังนั้นเป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และยังให้ความสำคัญของการพัฒนาด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกในการทำให้ นักศึกษามีความมั่นใจที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ และ Jin (2017) ที่ได้ศึกษาทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในประเทศจีนและเกาหลีใต้ ผลที่ได้จากการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

แสดงให้เห็นถึงการที่บุคคลมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งที่ยากให้ประสบความสำเร็จได้ มีความยืดหยุ่นในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ มีหลากหลายแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มองถึงผลลัพธ์ด้านบวกที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการนำผลที่ได้จากการพบความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาด้านบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ควรใช้ในการจัดการศึกษาในด้านการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การแสดงให้เห็นถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อทำให้เกิดแรงจูงใจ ส่งเสริมให้มองโลกในแง่ดีในการทำธุรกิจ สามารถฟื้นคืนพลัง และทำให้มีความคิดว่ามีสามารถในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ เป็นต้น ดังนั้นในการที่บุคคลมีทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการที่จะต้องประกอบด้วย การเป็นผู้ที่มีความหวังความสามารถในการฟื้นคืนพลัง การที่มองโลกในแง่ดีในการทำธุรกิจ และการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อส่งเสริมให้บุคคลนั้นมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

นอกจากมีความสัมพันธ์ทางตรงแล้ว งานวิจัยนี้พบว่า ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 6 โดยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วน (Partial mediator) มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 ช่วยส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาด้านบวกในกระบวนการเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Baluku, Onderi, and Otto (2019) ที่พบว่าทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นสามารถช่วยพัฒนาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโทที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีสุดท้ายในประเทศเยอรมัน ประเทศออสเตรีย และประเทศเคนยาได้ โดยความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นสามารถเพิ่มขึ้นได้จากการที่บุคคลนั้นมีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้ด้วยการที่บุคคลมีทุนทางจิตวิทยาด้านบวกสูง จึงทำให้ทัศนคติเป็นตัวแปรที่ช่วยขับเคลื่อนให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถอธิบายปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกนั้นสามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยผู้ที่มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้อธิบายถึง บุคลิกลักษณะที่โดดเด่น เช่น การชอบโน้มน้าวใจและจูงใจผู้อื่น มีวิธีการแก้ไขปัญหาจากการทำธุรกิจได้หลายวิธี การมองว่าการทำธุรกิจจะเกิดผลลัพธ์ที่ดีในอนาคต เป็นต้น เช่นเดียวกับ Wang, Tsai, Lin, Enkhbuyant, and Cai (2019) ที่ได้ใช้ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ได้เริ่มทำธุรกิจหลังจากสำเร็จการศึกษาในประเทศอเมริกา แคนาดา จีน และสิงคโปร์ โดยได้สนับสนุนทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีสำคัญในการส่งเสริม

ประสิทธิภาพในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยทุนทางจิตวิทยาด้านบวกเป็นทรัพยากรทางจิตวิทยาของบุคคลที่ต้องมีคุณลักษณะประกอบด้วย ความหวัง การฟื้นคืนพลัง การมองโลกในแง่ดี การรับรู้ความสามารถของตนเอง องค์กรประกอบของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกทั้งหมดนี้ทำให้บุคคลเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถทำตามเป้าหมาย ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค มีความสามารถใช้วิธีการจัดการในการแก้ไขปัญหา และสามารถปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะมีในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ และสามารถช่วยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการใหม่สามารถดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างประสบความสำเร็จ

5) แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ไม่สามารถสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 5 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีบุคลิกภาพของแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงต่ำ สะท้อนถึงการที่บุคคลยังรู้สึกไม่ค่อยกล้าที่จะเสี่ยง ยังขาดความกล้าได้กล้าเสีย รวมถึงมีความกล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่ในระดับน้อย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Koe (2016) ซึ่งได้ศึกษาแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้ายในมหาวิทยาลัยด้านการเป็นผู้ประกอบการในประเทศมาเลเซียพบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงไม่สามารถส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ เพราะแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีระดับที่ต่ำจึงกลายเป็นอุปสรรคในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ แสดงถึงการที่นักศึกษาขาดความเข้าใจถึงการดำเนินกิจกรรมเป็นผู้ประกอบการที่บุคคลจะต้องมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ทำให้สามารถเข้าใจได้ว่าแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงไม่สามารถขับเคลื่อนทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทางตรงได้ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Ferreira et al. (2012) ที่ไม่สนับสนุนแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ถึงแม้ว่าแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมักจะถูกกล่าวถึงในฐานะของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้

ผลการศึกษาในครั้งนี้แตกต่างกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่พบถึงแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Awang et al., 2016; Fimi et al., 2012; Razavi & Aziz, 2017; Singh et al., 2016; Walter et al., 2013) ทำให้เห็นว่า บุคลิกภาพด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงมีส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิด Brockhaus (1980) ที่กล่าวถึง การที่บุคคลยอมรับความเป็นไปได้ในความสำเร็จของสถานการณ์ที่ต้องการได้เช่นเดียวกับความล้มเหลวที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญหน้าเมื่อตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ โดย

แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นเป็นบุคลิกส่วนบุคคลอย่างหนึ่งของผู้ที่มีความคิดในการสร้างธุรกิจใหม่ และมีความสำคัญต่อระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Luthje & Franke, 2003) ซึ่งแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเป็นหนึ่งในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และบุคลิกลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งบุคลิกภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด ความรู้สึก สามารถส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมในแต่ละบุคคลได้ (Ajzen, 2005)

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นว่า ควรพัฒนาให้นักศึกษามีบุคลิกภาพด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในระดับที่มากขึ้น เพราะแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นเป็นบุคลิกส่วนบุคคลที่สำคัญในการสร้างธุรกิจใหม่ และสามารถส่งอิทธิพลไปยังระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Luthje & Franke, 2003) ทำให้เห็นถึง การมีความกล้าได้กล้าเสียในการลงทุน ทั้งที่ไม่ทราบถึงผลตอบแทนที่แน่นอน สามารถที่จะลงทุนทำธุรกิจได้ถึงแม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน และมีความกล้าที่จะลองทำอะไรใหม่ ๆ (สุชาติ ไตรภพสกุล และสัททยา สุชาติพงษ์, 2557) ดังนั้นการส่งเสริมให้บุคคลมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง จึงมีความสำคัญในการทำให้บุคคลมีความกล้าตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจ กล้าที่จะเผชิญกับความเสี่ยง เพราะความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน

ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้พบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 สามารถสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 7 จึงทำให้เห็นว่า การพัฒนาให้บุคคลมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงได้มากขึ้น จะส่งเสริมให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Krueger (2003) และ Luthje and Franke (2003) ที่พบว่า บุคลิกภาพของการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลทางอ้อมไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Karimi et al. (2017) ที่พบว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Full mediation) ระหว่างแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงว่าในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทำให้เห็นว่า หากมีการศึกษาถึงแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในการส่งอิทธิพลไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีจำเป็นที่จะต้องศึกษาทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพราะการที่บุคคลนั้นมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสูงจะสามารถส่งอิทธิพลให้มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการได้ระดับมากเช่นกัน และส่งผลให้บุคคลตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการได้ดียิ่งขึ้น

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงสามารถอธิบายการเกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยผู้ที่มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่อธิบายถึง บุคลิกลักษณะของตนเองที่มีความกล้าที่จะลองทำถึงจะได้หรือไม่ได้ก็ต้องลองทำ กล้าเสี่ยง แต่ก็มี ความกังวลใจในการลงทุน โดยให้เหตุผลเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจ และการเมืองที่ทำให้ยังไม่กล้าที่จะเสี่ยงทำธุรกิจในปัจจุบันนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Linton (2019) ที่ได้ใช้วิธีการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพกับผู้ประกอบการในประเทศสวีเดน ทำให้สามารถอธิบายถึงผู้ประกอบการที่มีความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการลงทุนทำธุรกิจ แม้ว่าอาจจะไม่ทราบถึงผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เห็นถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการที่ควรมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง และอธิบายถึงผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก อาจจะมีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงในระดับที่ไม่สูงมาก เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านทรัพยากร และเงินลงทุน ทำให้การศึกษาในครั้งนี้พบถึง ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีทั้งปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรง ได้แก่ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทูทางจิตวิทยาด้ำนบวก และปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรที่ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ทูทางจิตวิทยาด้ำนบวก แนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ทำให้งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคตินั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญมาก เพราะทัศนคติเป็นตัวแปรที่ขับเคลื่อนได้ดีในประเทศกำลังพัฒนา

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสานในลักษณะขั้นตอนเชิงอิสระ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละช่วงโดยอิสระ ใช้ในการขยายความจากการศึกษาในแต่ละช่วงที่มีความเกี่ยวเนื่องกันแล้ว ยังสามารถใช้บูรณาการเพื่อตอบคำถามวิจัย โดยในช่วงแรกศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการพบว่า อิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และปัจจัยด้านบุคลิกภาพคือ ทูทางจิตวิทยาด้ำนบวก โดยทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นถึงนักศึกษาบริหารธุรกิจใภภาคใต้ของประเทศไทย มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ รวมถึงสร้างธุรกิจในอนาคตอย่างแน่นอน และสำหรับช่วงที่สองศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถอธิบายสาเหตุของบุคคลที่ได้แสดงถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังจากสำเร็จศึกษาสามารถอธิบายทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในการเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเป็น

ผู้ประกอบการใหม่ตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ว่า บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อในการเป็นผู้ประกอบการ มีมุมมองว่าการเป็นเจ้าของธุรกิจจะส่งผลดีมากกว่าการทำอาชีพอื่น และเห็นถึงการมีโอกาที่จะมีความมั่งคั่งทางการเงิน นอกจากนี้ยังเห็นถึงความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างคุณประโยชน์ในการช่วยสร้างงานให้ผู้อื่น โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ด้านนโยบายการศึกษาทั้งระดับหลักสูตร ระดับคณะ ระดับมหาวิทยาลัย และหน่วยงานอื่น ๆ ได้

สำหรับระดับหลักสูตรด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ สามารถนำผลการศึกษาไปปฏิบัติใช้ในการออกแบบหลักสูตรเพื่อจัดการเรียนการสอน อาทิเช่น ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นส่งเสริมให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ การที่ทำให้บุคคลนั้นเห็นถึงคุณประโยชน์ที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่นอกจากจะทำให้ตัวเองมีโอกาในการสร้างฐานะที่ดีได้แล้ว ยังเป็นผู้ที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาสังคม เพราะในการทำธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องใช้ปัจจัยทุนและแรงงานในการผลิตสินค้าและบริการ จึงทำให้เกิดการจ้างงานและสามารถช่วยลดปัญหาการว่างงานในสังคมได้ การเรียนรู้ผ่านแบบจำลองทางธุรกิจ เน้นไปที่การสำรวจโอกาสใหม่ ๆ ในการทำเกิดศักยภาพในการดำเนินธุรกิจใหม่

ในระดับมหาวิทยาลัยควรมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมอบรมการส่งเสริมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในท้องถิ่นชุมชน ในรูปแบบอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการระยะสั้น โดยให้นักศึกษาได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับมหาวิทยาลัยในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ ทำให้เป็นการกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นถึงการเป็นผู้ประกอบการมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย และเป็นอาชีพที่จะเลือกหลังจากสำเร็จการศึกษา เพื่อช่วยเสริมสร้างให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อการเป็นผู้ประกอบการ ส่งเสริมให้นักศึกษามีความความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจในอนาคตในระดับที่สูงขึ้น การสนับสนุนพื้นที่ในมหาวิทยาลัยให้มีสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้นักศึกษาได้นำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาใช้พัฒนาความคิดในการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงควรจะมีมุ่งเน้นให้นักศึกษาเรียนรู้นอกชั้นเรียนผ่านกิจกรรม เช่น การเรียนรู้และลงมือทำด้วย การมีระบบพี่เลี้ยง (Mentor) เป็นผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่มีความรู้ ประสบการณ์ ในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ เพื่อจะได้เป็นที่ปรึกษา และทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากบุคคลต้นแบบ (Role model) ยิ่งเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีเครือข่ายธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ซึ่งทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการช่วยผลักดันให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ทำให้สามารถเป็นผู้ประกอบการใหม่หลังสำเร็จการศึกษาได้

ผลการศึกษานำไปใช้ในหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการใช้ดำเนินกิจกรรม โครงการ เพื่อให้บุคคลสามารถมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่มากขึ้นหลังสำเร็จการศึกษา โดยผู้ประกอบการใหม่ที่อยู่ใน 2 ระยะคือ ระยะการพัฒนาแนวคิดจะอยู่ในช่วงที่ยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ ซึ่งอาจจะยังขาดการรับรู้โอกาส ความรู้ และทักษะที่มีศักยภาพในการเริ่มทำธุรกิจ โดยมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง และระยะเริ่มธุรกิจใหม่ แสดงถึงการมีพฤติกรรม การเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่อยู่ในขั้นตอนการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งธุรกิจ และอยู่ในช่วงที่สามารถดำเนินธุรกิจได้แล้วแต่ไม่เกิน 3.5 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่ยังมีความจำเป็นที่ต้องส่งเสริมการมีทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 3.5 ปีขึ้นไป รวมถึงควรมุ่งเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นอาชีพที่มีโอกาสรอดของบัณฑิตที่จบใหม่จากการอยู่ในภาวะว่างงานที่สูงเมื่ออยู่ในสถานการณ์เศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัว ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจภายนอกให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการเป็นผู้ประกอบการที่ช่วยให้เกิดการสร้างงานและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้าปลีกค้าส่ง และภาคบริการ เนื่องจากมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนในการผลิตและบริการ จากการมีศักยภาพในการเป็นเจ้าของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ทำให้ลดการพึ่งพิงการนำเข้าปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เมื่อผู้ประกอบการเป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการส่งมอบผลตอบแทนให้แก่เจ้าของปัจจัยการผลิต ทำให้เศรษฐกิจของประเทศสามารถเจริญเติบโตได้

2) ผลจากการศึกษาในเชิงปริมาณ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่อยู่ในทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผลที่เป็นทฤษฎีฐานรากของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถนำมาผสมผสานกับปัจจัยด้านบุคลิกภาพในการร่วมกันทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยได้อธิบายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนการที่บุคคลมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่คือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ที่ทำให้เห็นถึงสภาวะของบุคคลที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง แล้วจึงนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเกิดขึ้นได้จากทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการที่สะท้อนถึงความเชื่อต่อการเป็นผู้ประกอบการว่าจะทำให้เกิดผลดีต่อตัวเอง และการคล้อยตามกลุ่มสำคัญที่เป็นผู้ใกล้ชิด อย่างเช่น พ่อแม่ เพื่อนสนิท ครู

หรืออาจารย์ เป็นต้น และการที่บุคคลมีบุคลิกภาพด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกประกอบด้วย มีมุมมองในแง่ดีเสมอไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นในอนาคต เมื่อต้องพบเจอกับอุปสรรคในการทำธุรกิจ แล้วมองว่าจะสามารถหาทางออกได้เสมอ มีการตั้งเป้าหมายในการทำธุรกิจใหม่ สามารถฟื้นคืนพลัง การเริ่มทำธุรกิจด้วยตัวเองซึ่งจะต้องผ่านอุปสรรคความยากลำบาก แล้วเชื่อว่าจะสามารถทำได้ เพราะมีประสบการณ์ที่ยากกว่านี้มาก่อน การรับรู้ความสามารถของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการที่จะสามารถนำเสนอแนวคิดในการทำธุรกิจ และทำให้ผู้อื่นเชื่อถือในวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจได้ จะช่วยสนับสนุนให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น และยังพบถึงทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนเป็นตัวแปรคั่นกลางในการส่งอิทธิพลจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวก และแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง ช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่บุคคลนั้นเป็นผู้ที่มีทุนทางจิตวิทยาด้านบวก จะยิ่งช่วยให้บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

ส่วนผลการศึกษาเชิงคุณภาพ สามารถอธิบายปัจจัยเชิงสาเหตุตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถนำมาผสมผสานกับปัจจัยด้านบุคลิกภาพในการร่วมกันอธิบายสาเหตุของบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูงเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยเกิดขึ้นได้จากบุคคลมีการมองเห็นถึงโอกาสที่ได้รับจากการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างฐานะทางการเงินที่มั่นคงได้ ทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อผลลัพธ์ที่ดีจากการเป็นผู้ประกอบการใหม่ มีการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ เช่น ครอบครัว ญาติ เป็นต้น ที่ให้การสนับสนุนทั้งคำแนะนำ การเป็นที่ปรึกษา และให้กำลังใจสนับสนุนในการเริ่มต้นทำธุรกิจ รวมถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ที่มีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการใหม่ แล้วสามารถเริ่มดำเนินธุรกิจได้นั้นเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจว่าจะต้องประสบความสำเร็จ มีความรู้ ทักษะ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ และยังเป็นผู้ที่มีโอกาสจากการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นทำธุรกิจ นอกจากนี้การที่บุคคลมีบุคลิกภาพที่มีความสำคัญที่ผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการใหม่คือ ทุนทางจิตวิทยาด้านบวกถือเป็นทรัพยากรภายในที่สะท้อนถึงคุณลักษณะของบุคคลที่มีความมั่นใจในความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจ มีการตั้งเป้าหมายในการทำธุรกิจให้มีความสำเร็จถึงแม้จะต้องผ่านปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจ และผู้ที่ได้เริ่มต้นทำธุรกิจจะชอบความท้าทาย กล้าเสี่ยงในการทำธุรกิจที่ทำให้มีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนสูงและความสำเร็จจากการกล้าตัดสินใจในการทำธุรกิจ ผลการศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจรับรู้ถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่อธิบายการเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ สามารถนำไปใช้ในการผลักดัน

ผู้ประกอบการใหม่ให้มีบุคลิกภาพด้านทุนทางจิตวิทยาด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการใหม่ได้ จึงสามารถนำผลจากการศึกษาไปประโยชน์ใช้ด้านนโยบายการศึกษาทั้งระดับหลักสูตร ระดับคณะ ระดับมหาวิทยาลัย รวมถึงหน่วยงานอื่น ๆ ได้

สำหรับระดับหลักสูตรสามารถนำผลการศึกษาไปปฏิบัติใช้ในการออกแบบหลักสูตรเพื่อจัดการเรียนการสอน อาทิเช่น การจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมสนับสนุนให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการพร้อมทั้งให้มีบุคลิกภาพด้านทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกและแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงเพื่อช่วยสนับสนุนให้มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น การให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการจำลองการทำธุรกิจ (Dummy company) เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาสามารถรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพให้นักศึกษามีทุนทางจิตวิทยา ด้านบวก โดยออกแบบหลักสูตรการอบรมที่พัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตร เพื่อให้ นักศึกษาเป็นผู้ที่มีความหวัง ผู้ที่มองโลกในแง่ดี มีทักษะในการแก้ปัญหาเพื่อที่จะสามารถฟื้นคืนพลัง และเป็นผู้ที่สามารถรับรู้ความสามารถของตนเองได้ รวมถึงการพัฒนาให้นักศึกษามีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง โดยการทำให้นักศึกษาเข้าใจถึงการทำธุรกิจถึงแม้จะมีความเสี่ยง แต่มี โอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนสูงเช่นกัน

ในระดับมหาวิทยาลัยควรผลักดันให้มีสิ่งแวดล้อมที่ช่วยสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ในรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การออมเงินไว้ใช้ในการทำธุรกิจ ตลาดนัดผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มคนสำคัญของนักศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการใหม่ นอกจากนี้การที่สามารถส่งเสริมให้บุคคลมีทุนทางจิตวิทยา ด้านบวกมากขึ้นในด้านการมองโลกในแง่ดี การมีความหวัง การฟื้นคืนพลัง การรับรู้ความสามารถของตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ จะช่วยสนับสนุนให้บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น อาจจะช่วยลดความกังวลและกลัวความล้มเหลวในการทำธุรกิจ การทำให้บุคคลรู้ว่า เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจนั้นย่อมมีความเสี่ยงเสมอ โดยการตัดสินใจ อาจมีโอกาที่จะเกิดผลดีต่อการธุรกิจแล้วประสบผลสำเร็จทำให้ได้รับผลตอบแทนเป็นกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันอาจจะเกิดความล้มเหลวในการทำธุรกิจทำให้เกิดการขาดทุน แต่การขาดทุนจะทำให้เราได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการที่ได้เผชิญสถานการณ์มาด้วยตนเอง ทำให้เห็นว่า แนวโน้มของการชอบความเสี่ยงนั้นมีความสัมพันธ์กับบริบททางด้านเศรษฐกิจด้วย ซึ่งผู้ที่มีแนวโน้มของการชอบเสี่ยงสูงสะท้อนให้เห็นถึง การเป็นผู้ประกอบการถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยง แต่ก็มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูง และยังอยู่ในสถานการณ์ที่เศรษฐกิจตกต่ำ การเป็น

ผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงที่น้อยกว่าการเป็นลูกจ้างที่มีความเสี่ยงต่อการถูกเลิกจ้าง ส่วนบุคคลที่มีแนวโน้มของการชอบความเสี่ยงต่ำจะมีความกังวลถึงการมีโอกาสสูงที่จะทำธุรกิจ แล้วล้มเหลวในสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในขณะนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นทั้งปัจจัยที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของนักศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยภายใน (ปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านบุคลิกภาพ) และยังมีปัจจัยภายนอก (สถานะเศรษฐกิจและการเมือง) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการด้วย

ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ในหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น และมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ที่ได้แสดงถึงการที่บุคคลมีการดำเนินกิจกรรมของการเป็นผู้ประกอบการใหม่ สามารถใช้ประโยชน์ในการตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นในการเป็นกลุ่มลำดับแรก (Priority) ของผู้ที่ควรได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยทุนทางการเงินเป็นเงื่อนไขสำคัญในการได้เริ่มต้นทำธุรกิจ และใช้ในการแบ่งกลุ่มผู้ที่เข้ารับการอบรมให้เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้ผู้ที่มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในแต่ละระยะของการดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ สามารถพัฒนาศักยภาพในแต่ละสถานะของการดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ให้สามารถเริ่มดำเนินการทำธุรกิจได้ ดังนั้นทำให้เห็นถึงผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการก่อนสำเร็จการศึกษานั้น เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว 6 เดือน สามารถมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่แล้วเริ่มต้นทำธุรกิจได้ แต่ขณะเดียวกันผู้ที่อยู่ระหว่างการเตรียมตัวเพื่อเริ่มทำธุรกิจนั้นยังขาดความมั่นใจในความสามารถและทักษะที่จะทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จ รวมถึงมีความกังวลในด้านความเสี่ยง และยังขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการเริ่มดำเนินธุรกิจ โดยหากมีเงินลงทุนเริ่มแรกเพียงพอ และมีประสบการณ์ ความรู้จากการศึกษาข้อมูลด้านการตลาดและคู่แข่งกัน จะสามารถตัดสินใจดำเนินการเริ่มทำธุรกิจทันที จึงทำให้เห็นว่าหากสามารถที่จะสนับสนุนในเรื่องของเงินทุน และทำให้มีประสบการณ์เพื่อที่จะมีความพร้อมในการเริ่มทำธุรกิจและมีความมั่นใจว่าจะสามารถที่จะทำธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จได้ จะยิ่งช่วยให้บุคคลนั้นสามารถเริ่มดำเนินการทำธุรกิจใหม่ได้รวดเร็วขึ้น เพราะบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูง ซึ่งหากประเทศไทยสามารถเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการได้มากขึ้น จะส่งผลให้สามารถทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ได้ตามเป้าหมายในการทำให้เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวตามศักยภาพของประเทศไทย รวมถึงความต้องการที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นสังคมผู้ประกอบการตามนโยบายของรัฐบาลที่ได้กำหนดไว้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณในระยะยาว เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของขนาดอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ เนื่องด้วยในการศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษาแล้ว 6 เดือน ทำให้เห็นถึงผู้ที่กำลังเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นทำธุรกิจ และได้กำหนดช่วงระยะเวลาที่จะเริ่มทำธุรกิจโดยเฉลี่ยประมาณ 12 เดือนเป็นต้นไป ผู้วิจัยจึงแนะนำการศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ หลังจากนักศึกษาได้สำเร็จการศึกษาแล้วที่ควรมากกว่า 6 เดือน อาจจะเป็นไปได้ว่า ประชากรกลุ่มนี้อาจจะมีทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ที่ทำให้สามารถรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในระดับมากขึ้นและอาจจะส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้ โดยมีการศึกษาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเอเชียและแปซิฟิกที่ได้ศึกษาการเริ่มต้นทำธุรกิจในหลังจาก 12 เดือนหลังจากศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Guelich & Bosma, 2019)

2) ควรมีการใช้แบบวัดของปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของนักวิชาการท่านอื่น ๆ เช่น Kolverid (1996) หรือสร้างแบบวัดในบริบทของประเทศไทยที่สามารถศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ และอาจมีการพัฒนาแบบวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เพื่อให้สามารถสร้างความเข้าใจปัจจัยที่นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้จริงในบริบทของนักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้จะมีข้อจำกัดในด้านบริบทที่ศึกษาเฉพาะกับมหาวิทยาลัยราชภัฏและสถาบันอาชีวศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ เพื่อการเกิดประโยชน์สูงสุดในการนำแบบวัดไปใช้ในการศึกษาวิจัยอาจจะต้องพิจารณาความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ควรมีบริบทที่คล้ายกัน

3) ในการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในครั้งนี้ มีการศึกษาจากคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ แล้วยังมีบุคลิกลักษณะที่มีความน่าสนใจที่จะศึกษา เช่น การเป็นผู้มีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก เป็นต้น รวมถึงมีปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่น่าสนใจในการศึกษาถึงความสามารถที่จะส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ เช่น สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย วัฒนธรรม เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 15, 2560, จาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 15, 2560, จาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=435&filename=index
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชิดชนก เชิงเซาว์, บุญสนอง วิเศษสาทร, และขจรพงษ์ หนูทอง. (2559). การวิจัยผสมวิธี-ใหม่เอี่ยม ถอดด้ามหรือไม่. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 27(3), 18–31.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิเศษเนสตาร์แอนด์ดี.
- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2557). การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างในงานวิจัยเชิงทดลอง. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 20(2), 206–237.
- นิสาชล รัตนมณี, และประสพชัย พสุนนท์. (2562). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 13(3), 181–188.
- ประจักษ์ ปฏิทัศน์. (2560). อิทธิพลของอคติ การรับรู้ความเสี่ยง และอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(ฉบับพิเศษ), 171–181.
- พรทิพย์ ม่วงมี, คุชฎี โยเหลา, และภิญญาพันธ์ ร่วมชาติ. (2555). ปัจจัยทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 4(1), 74–82.
- มารยาท โยทองยศ, และทรงวาด สุขเมืองมา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี ตรีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 103–115.
- ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2560). *สถิติข้อมูลนักเรียน นักศึกษา ปี 2560*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 28, 2560, จาก <http://techno.vec.go.th/Default.aspx?tabid=659>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564*. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 3, 2560, จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560). *นักศึกษารวมปีการศึกษา 2560*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 28, 2560, จาก <http://www.info.mua.go.th/>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2548). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2548*. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 10, 2563, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/chapter8-20171024132655.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *สถานการณ์และองค์ความรู้*. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 29, 2560, จาก <http://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *ข้อมูลสถิติตามขนาดของผู้ประกอบการ*. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 24, 2560, จาก http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search/result_by_department-th.jsp
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560 ข้อมูลพื้นฐานทั่วราชอาณาจักร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุชาติ ไตรภพสกุล, และสหัทยา ชูชาติพงษ์. (2557). แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร*, 34(2), 26–36.
- Acs, Z. J., & Virgill, N. (2010). Entrepreneurship in developing countries. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 485–515). New York: Springer.
- Acs, Z. J., Szerb, L., & Lloyd, A. (2017). The global entrepreneurship and development index. In *Global entrepreneurship and development index 2017* (pp. 29–53). Cham: Springer.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Reckman (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. Berkshire, UK: Open University Press McGraw-Hill Education.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health, 26*(9), 1113–1127.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1972). Attitudes and normative beliefs as factors influencing behavioral intentions. *Journal of Personality and Social Psychology, 21*(1), 1–9.
- Alexander, I. K., & Honig, B. (2016). Entrepreneurial intentions: A cultural perspective. *Africa Journal of Management, 2*(3), 235–257.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 489–499.
- Anglin, A. H., McKenny, A. F., & Short, J. C. (2018). The impact of collective optimism on new venture creation and growth: A social contagion perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice, 42*(3), 390–425.
- Aragon-Sanchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernandez, A. J. (2017). A missing link: the behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 23*(5), 752–768.
- Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: a field study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 22*(6), 835–859.
- Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly, 22*(2), 127–152.
- Awang, A., Amran, S., Nor, M. N. M., Ibrahim, I. I., & Razali, M. F. M. (2016). Individual entrepreneurial orientation impact on entrepreneurial intention: Intervening effect of PBC and subjective norm. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, 4*(2), 94–129.
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital-entrepreneurial success relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 28*(1), 27–54.

- Baluku, M. M., Onderi, P., & Otto, K. (2019). Predicting self-employment intentions and entry in Germany and East Africa: an investigation of the impact of mentoring, entrepreneurial attitudes, and psychological capital. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–34.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275–294.
- Basu, A. (2010). Comparing entrepreneurial intentions among students: The role of education and ethnic origin. *AIMS International Journal of Management*, 4(3), 163–176.
- Bentler, P. M. (1995). *EQS structural equations program manual (Vol. 6)*. Encino, CA: Multivariate software.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185–216.
- Brockhaus Sr, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509–520.
- Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(3), 473–499.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.
- Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial personality: A social construction*. London and New York: Routledge.
- Cho, E., Moon, Z. K., & Bounkhong, T. (2019). A qualitative study on motivators and barriers affecting entrepreneurship among Latinas. *Gender in Management: An International Journal*, 34(4), 326–343.

- Chowdhury, M. S., Shamsudin, F. M., & Ismail, H. C. (2012). Exploring potential women entrepreneurs among international women students: The effects of the theory of planned behavior on their intention. *World Applied Sciences Journal*, *17*(5), 651–657.
- Cohen, L. Manion. L., & Morrison, K.(2007). *Research methods in education*. New York: Routledge.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In R. S. Vaile & M. King (Eds.), *Existential-phenomenological alternatives for psychology* (pp. 48–71). New York: Oxford University Press.
- Contreras, F., Dreu, I. de, & Espinosa, J. C. (2017). Examining the relationship between psychological capital and entrepreneurial intention: An exploratory study. *Asian Social Science*, *13*(3), 80–88.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E. (2003). An expanded typology for classifying mixed methods research into designs. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds), *Handbook of mixed methods in social and behavioural research* (pp. 209–240). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *18*(3), 301–331.
- De Clercq, D., Honig, B., & Martin, B. (2013). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, *31*(6), 652–676.
- Desai, S. (2011). Measuring entrepreneurship in developing countries. In W. Naudé (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 94–107). London: Palgrave Macmillan.
- Devonish, D., Alleyne, P., Charles-Soverall, W., Marshall, A. Y., & Pounder, P. (2010). Explaining entrepreneurial intentions in the Caribbean. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *16*(2), 149–171.

- Dinc, M. S., & Budic, S. (2016). The impact of personal attitude, subjective norm, and perceived behavioural control on entrepreneurial intentions of women. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 9(17), 23–35.
- Dohse, D., & Walter, S. G. (2010). The role of entrepreneurship education and regional context in forming entrepreneurial intentions. *Document de Treball de l'IEB 2010/18*. Barcelona: Institut d'Economia de Barcelona.
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship: Strategies and resources* (4th ed.). Lombard, IL: Marsh.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231–251.
- Drnovšek, M., Patel, P. C., & Cardon, M. S. (2012). Entrepreneur's psychological capital and venture growth: testing the goal mediated relationships. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(6), 1–15.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. London: Routledge.
- Feder, E. S., & Nitu-Antonie, R. D. (2017). Connecting gender identity, entrepreneurial training, role models and intentions. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 87–108.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Paço, A. D. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387–414.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1981). Attitudes and voting behavior: An application of the theory of reasoned action. *Progress in Applied Social Psychology*, 1(1), 253–313.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440.

- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
- Gibbs, G. R. (2007). *Analyzing qualitative data*. London: Sage.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. D. M., & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605–1620.
- Gird, A., & Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711–724.
- Global entrepreneurship monitor. (2019). *Global Report 18/19*. Retrieved December 21, 2019, from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Godsey, M. L., & Sebor, T. C. (2010). Entrepreneur role models and high school entrepreneurship career choice: Results of a field experiment. *Small Business Institute Journal*, 5(1), 83–125.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2009). Approaching the agora: Determinants of scientists' intentions to pursue academic entrepreneurship. *Jena Economic Research Papers*, 79, 1–44.
- Goulding, C. (2005). Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), 294–308.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255–274.
- Guelich, U., & Bosma, N. (2019). *Youth Entrepreneurship in Asia and the Pacific 2018–19*. GEM-UNDP Report. Retrieved December 21, 2019, from <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/democratic-governance/youth-entrepreneurship-in-Asia-Pacific-2019.html>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Gurel, E., Altınay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice, 19*(2), 139–152.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review, 26*(2), 106–121.
- Hale, J. L., Householder, B. J., & Greene, K. L. (2002). The theory of reasoned action. In J. P. Dillard & M. Phau (Eds.), *The persuasion handbook: Developments in theory and practice* (pp.259–286). Thousands Oaks, CA: Sage.
- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 23*(6), 1017–1032.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115–135.
- Hlatywayo, C. K., Marange, C. S., & Chinyamurindi, W. T. (2017). A hierarchical multiple regression approach on determining the effect of psychological capital on entrepreneurial intention amongst prospective university graduates in South Africa. *Journal of Economics and Behavioral Studies, 9*(1), 166–178.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal, 52*(3), 473–488.
- Hmieleski, K. M., & Carr, J. C. (2008). The relationship between entrepreneurs psychological capital and new venture performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research, 28*(4), 1–15.
- Hulsink, W., & Koek, D. (2014). The young, the fast and the furious: a study about the triggers and impediments of youth entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 18*(2–3), 182–209.

- Hulsink, W., & Rauch, A. (2010). The effectiveness of entrepreneurship education: a study on an intentions-based model towards behavior. *International Council for Small Business (ICSB). World Conference Proceedings* (pp. 1–25). Cincinnati, OH.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education and Training, 53*(5), 353–370.
- Jin, C. H. (2017). The effect of psychological capital on start-up intention among young start-up entrepreneurs. *Chinese Management Studies, 11*(4), 707–729.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher, 33*(7), 14–26.
- Kakouris, A. (2016). Exploring entrepreneurial conceptions, beliefs and intentions of Greek graduates. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 22*(1), 109–132.
- Karimi, S., Biemans, H. J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology, 52*(3), 227–240.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 39*(3), 655–674.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics, 45*(6), 697–707.
- Kim-Soon, N., Abd Rahman, A., & Nurul Nadia, I. (2016). Theory of planned behavior: undergraduates' entrepreneurial motivation and entrepreneurship career intention at a public university. *Journal of Entrepreneurship: Research & Practice, 2016*(2), 1–14.
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 22*(3), 290–328.
- Koe, W. L. (2016). The relationship between individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 6*(13), 1–11.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 21*(1), 47–58.

- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866–885.
- Korber, S., & McNaughton, R. B. (2017). Resilience and entrepreneurship: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24, 1129–1154.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 105–140). New York: Springer.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, & practice*. Mason: Cengage.
- Kusmintarti, A., Thoyib, A., Ashar, K., & Maskie, G. (2014). The relationships among entrepreneurial characteristics, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25–32.
- Lazear, E. P. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics*, 23(4), 649–680.
- Leffel, A., & Darling, J. (2009). Entrepreneurial versus organizational employment preferences: A comparative study of European and American respondents. *Journal of Entrepreneurship Education*, 12, 79–92.
- Leroy, H., Maes, J., Meuleman, M., Sels, L., & Debrulle, J. (2009). Gender effect on entrepreneurial intentions. A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. In *Academy of Management Annual Meeting*, Chicago, USA.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. *Documents de Treball*, 6(7), 1–37.
- Liñán, 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.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933.

- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions?. *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443–453.
- Linton, G. (2019). Innovativeness, risk-taking, and proactiveness in startups: a case study and conceptual development. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–21.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541–572.
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45–50.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive Edge*. New York: Oxford University Press.
- Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). Psychological capital: An evidence-based positive approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 339–366.
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The “making” of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R & D Management*, 33(2), 135–147.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9.
- Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(2), 784–794.

- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change, 104*, 172–179.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. New York: Free Press.
- Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. In K. Glanz, B. K. Rimer, & V. Viswanath (Eds.), *Health behavior: Theory, research and practice*. (5th ed., pp. 95–124). San Francisco: Jossey-Bass.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development, 39*(2), 162–185.
- Morse, J. M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. *Nursing research, 40*(2), 120–123.
- Mueller, S. (2011). Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 13*(1), 55–74.
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History, 12*(1), 12–35.
- Myers, M. D., & Newman, M. (2007). The qualitative interview in IS research: Examining the craft. *Information and Organization, 17*(1), 2–26.
- Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 19*(6), 633–655.
- Naudé, W. (2009). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insights. *Small Business Economics, 34*(1), 1–12.
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. Thousand Oaks: Sage.
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F. E. I., & Hirst, G. (2014). Psychological capital: A review and synthesis. *Journal of Organizational Behavior, 35*(Suppl. 1), 120–138.

- Ngugi, J. K., Gakure, R. W., Waithaka, S. M., & Kiwara, A. N. (2012). Application of Shapero's model in explaining entrepreneurial intentions among university students in Kenya. *International Journal of Business and Social Research*, 2(4), 125–148.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63–72.
- Onwuegbuzie, A. J., & Collins, K. M. (2007). A typology of mixed methods sampling designs in social science research. *Qualitative Report*, 12(2), 281–316.
- Padilla-Meléndez, A., Fernández-Gámez, M. A., & Molina-Gómez, J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 861–884.
- Pfeifer, S., Šarlija, N., & Zekić Sušac, M. (2016). Shaping the entrepreneurial mindset: entrepreneurial intentions of business students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 102–117.
- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385–401.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187–204.
- Razavi, S. H., & Aziz, K. A. (2017). The dynamics between entrepreneurial orientation, transformational leadership, and intrapreneurial intention in Iranian R&D sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 769–792.
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 1–11.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1013–1041.

- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49–66.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Schoonenboom, J., & Johnson, R. B. (2017). How to construct a mixed methods research design. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69(2), 107–131.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5–14.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & Vesper, K. H. (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Shosha, G. A. (2012). Employment of Colaizzi's strategy in descriptive phenomenology: A reflection of a researcher. *European Scientific Journal*, 8(27), 31–43.
- Simpeh, K. N. (2011). Entrepreneurship theories and empirical research: A summary review of the literature. *European Journal of Business and Management*, 3(6), 1–8.
- Sinclair, V. G., & Wallston, K. A. (2004). The development and psychometric evaluation of the brief resilient coping scale. *Assessment*, 11(1), 94–101.
- Singh, B., Verma, P., & Rao, M. K. (2016). Influence of individual and socio-cultural factors on entrepreneurial intention. *South Asian Journal of Management*, 23(1), 33–55.
- Snyder, C. R., Irving, L., & Anderson, J. (1991). Hope and health: Measuring the will and the ways. In *Handbook of social and clinical psychology* (pp. 285–305). Elmsford, NY: Pergamon Press.
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education + Training*, 55(3), 253–271.
- Sutton, J., & Austin, Z. (2015). Qualitative research: data collection, analysis, and management. *The Canadian Journal of Hospital Pharmacy*, 68(3), 226–231.

- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 669–694.
- Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790–811.
- Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). The economic benefits and costs of entrepreneurship: A review of the research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(2), 65–154.
- Wagner, J. (2006). Nascent entrepreneurs. In S. Parker (Ed.), *The life cycle of entrepreneurial ventures* (pp. 15–37). Boston, MA: Springer.
- Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 175–200.
- Wang, Y., Tsai, C. H., Lin, D. D., Enkhbuyant, O., & Cai, J. (2019). Effects of human, relational, and psychological capitals on new venture performance. *Frontiers in Psychology*, 10, 1–10.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13, 27–55.
- World Bank. (2018). *Doing Business 2018 Reforming to Create Jobs*. Retrieved January 20, 2018, from <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2018>
- Wu, J. (2009). *Entrepreneurial orientation, entrepreneurial intent and new venture creation: Test of a framework in a Chinese context* (Doctoral dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia.
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752–774.

- Yousaf, S. U., Hizam-Hanafiah, M., & Usman, B. (2015). Psychological capital: Key to entrepreneurial performance and growth intentions. *International Research Journal of Social Sciences*, 4(9), 39–45.
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639–653.
- Zhang, P., & Cain, K. W. (2017). Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 793–811.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.

ภาคผนวก ก**รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์**

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ

1. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถามแบบย้อนกลับ (Back translation)

1.1 การแปลแบบสอบถามต้นฉบับจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ดร.ครณีกร สุป็นดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ดร.อุไรวรรณ รัตนพันธ์ หนูนคง

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1.2 การแปลแบบสอบถามย้อนกลับจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชิตชนก อนันตมงคลกุล

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 อาจารย์ศุภิกา นิรัตติชัย

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

2. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ดร.อิศรัฎฐ์ รินไชสง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพแบบสัมภาษณ์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ดร.อิศรัฎฐ์ รินไชสง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ภาคผนวก ข**ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์**

**ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
กับวัตถุประสงค์การวิจัย**

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ						
1) ฉันพร้อมจะทำทุกอย่าง เพื่อเป็นผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
2) เป้าหมายทางวิชาชีพของ ฉันคือการเป็นผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
3) ฉันจะพยายามทุกวิถีทาง เพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ ของตนเอง	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
4) ฉันมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจ ให้ได้ในอนาคต	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
5) ฉันรู้สึกจริงจังในการคิด ที่จะเริ่มทำธุรกิจให้ได้	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
6) ฉันมีความตั้งใจที่จะเริ่ม ธุรกิจสักวันหนึ่ง	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ						
1) สำหรับฉันการเป็น ผู้ประกอบการมีข้อดี มากกว่าข้อเสีย	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
2) การเป็นผู้ประกอบการ เป็นอาชีพที่น่าดึงดูดใจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
3) การเป็นผู้ประกอบการ เป็นสิ่งที่น่าพึงพอใจสำหรับ ฉัน	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม

ข้อความ	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
4) การเป็นผู้ประกอบการมี โอกาสและทรัพยากร มากกว่าอาชีพอื่น	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
5) ท่ามกลางทางเลือกอาชีพ ที่มากมาย ฉันก็ยังอยาก เลือกเป็นผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ						
1) พ่อแม่ของท่านเห็นด้วย ต่อการตัดสินใจเป็น ผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
2) พี่น้องของท่านเห็นด้วย ต่อการตัดสินใจเป็น ผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
3) เพื่อนสนิทของท่านเห็น ด้วยต่อการตัดสินใจเป็น ผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
4) เพื่อนร่วมชั้นเรียนของ ท่านเห็นด้วยต่อการ ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
5) ครู/อาจารย์ของท่านเห็น ด้วยต่อการตัดสินใจเป็น ผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
6) บุคคลอื่นที่ใกล้ชิดของ ท่านเห็นด้วยต่อการ ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม						
1) การเริ่มต้นทำธุรกิจและการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
2) ฉันพร้อมที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
3) ฉันสามารถควบคุมกระบวนการจัดตั้งธุรกิจได้	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
4) ฉันทราบถึงรายละเอียดที่จำเป็นในการเริ่มทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
5) ฉันรู้วิธีการพัฒนาธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
6) ฉันน่าจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจอย่างมาก	1	1	0	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา
ทุนทางจิตวิทย์ด้านบวก						
1) ฉันรู้สึกมั่นใจในการเป็นตัวแทนของธุรกิจตนเองในที่ประจุมร่วมกับผู้อื่น	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
2) ฉันรู้สึกมั่นใจในการเสนอความคิดเห็นในการอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
3) ฉันรู้สึกมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจให้แก่ผู้อื่น	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
4) ฉันสามารถคิดหาทางออกได้หลาย ๆ ทาง เพื่อแก้ปัญหาในการทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
5) ขณะนี้ฉันมองว่าตนเองประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจพอสมควร	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
6) ฉันคิดได้หลายหนทางเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายในการทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
7) ณ ปัจจุบัน ฉันไปถึงเป้าหมายการทำธุรกิจตามที่ได้ตั้งไว้	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
8) ฉันสามารถ “ยืดหยัดด้วยตนเอง” ได้ในการทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
9) ฉันสามารถยอมรับความกดดันที่เกิดจากธุรกิจได้	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
10) ฉันผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำธุรกิจได้ เพราะเคยประสบความสำเร็จมาก่อนแล้ว	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
11) ฉันมองธุรกิจของฉันในด้านบวกเสมอ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
12) ฉันมองในแง่ดีเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับฉันในอนาคตเรื่องการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม

ข้อความ	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
แนวโน้มของการขอความเสี่ยง						
1) ฉันกล้าเสี่ยงที่จะลงทุน ในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
2) ฉันเต็มใจที่จะใช้เวลา และ/หรือเงินลงทุนจำนวน มากในการทำบางอย่างที่ อาจให้ผลตอบแทนสูง	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
3) ฉันมักจะจัดการ สถานการณ์ที่มีความเสี่ยง ได้	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
4) ในการเดินทางฉันมักจะ ใช้เส้นทางใหม่ๆ	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
5) ฉันชอบที่จะทำสิ่งใหม่ๆ เช่น ลองทานอาหารแปลก ใหม่ ไปในสถานที่ใหม่ๆ เป็นต้น	1	1	1	1	สอดคล้อง	คงเดิม
6) ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา ฉันได้ทำสิ่งที่ท้าทาย	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา

**ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์
กับวัตถุประสงค์การวิจัย**

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
กรณีให้ผู้ให้ข้อมูลยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ						
ประเด็นคำถามเฉพาะ:						
-ท่านคิดว่าอะไรที่ทำให้ท่าน ยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจหลัง เรียนจบ	1	-1	1	0.33	ไม่ สอดคล้อง	ปรับภาษา
ประเด็นคำถามต่อเนื่อง:						
-ท่านคิดว่าปัญหาหรืออะไร คืออุปสรรคที่ทำให้ท่านยัง ไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-คนรอบข้างมีอิทธิพลต่อ การทำธุรกิจอย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-ท่านมีความมั่นใจมากน้อย แค่ไหนว่า ถ้าท่านได้ทำ ธุรกิจแล้วจะสามารถทำได้ดี ทำได้สำเร็จ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา
กรณีให้ผู้ให้ข้อมูลยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ						
ประเด็นคำถามเฉพาะ:						
-ท่านคิดว่าอะไรที่ช่วยให้ ท่านทำธุรกิจได้เร็วหลัง เรียนจบ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา

ข้อความถาม	คะแนนความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ปรับแก้ไข
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ประเด็นคำถามต่อเนื่อง:						
-ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ท่าน ได้เริ่มธุรกิจ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-อะไรที่ท่านคิดว่าเป็นความ ท้าทายในการทำธุรกิจ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-ในการทำธุรกิจประสบ ปัญหาอะไรบ้าง	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-เวลาที่ท่านประสบปัญหา ท่านแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-คนรอบข้างมีส่วนช่วย อย่างไรบ้าง	1	1	1	1	สอดคล้อง	ปรับภาษา
-ท่านคิดว่าท่านมีลักษณะ อย่างไรที่ทำให้ท่านมีความ แตกต่างจากคนที่ยังไม่ เริ่มทำธุรกิจ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง	ปรับภาษา

ภาคผนวก ค**แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแนวหัวข้อการสัมภาษณ์**



แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยขอความร่วมมือท่านให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์ครบทุกข้อ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและนำข้อมูลไปใช้เพื่อสรุปผลวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น ในการนี้ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามทั้งหมด 5 ตอน

พิมพ์ิกา พูลสวัสดิ์

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย (3)	เฉยๆ (4)	เห็นด้วยเล็กน้อย (5)	เห็นด้วย (6)	เห็นด้วยมากที่สุด (7)
1) ฉันพร้อมจะทำทุกอย่างเพื่อเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
2) เป้าหมายทางวิชาชีพของฉันคือการเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
3) ฉันจะพยายามทุกวิถีทางเพื่อเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจของตนเอง	1	2	3	4	5	6	7
4) ฉันมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้ได้ในอนาคต	1	2	3	4	5	6	7
5) ฉันรู้สึกจริงจังในการคิดที่จะเริ่มทำธุรกิจให้ได้	1	2	3	4	5	6	7
6) ฉันมีความตั้งใจที่จะเริ่มธุรกิจสักวันหนึ่ง	1	2	3	4	5	6	7

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาด้านบวก

ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย (3)	เห็นด้วยเล็กน้อย (4)	เห็นด้วย (5)	เห็นด้วยมากที่สุด (6)
1) ฉันรู้สึกมั่นใจที่จะเป็นตัวแทนของธุรกิจตนเองในที่ประชุมร่วมกับผู้อื่น	1	2	3	4	5	6
2) ฉันรู้สึกมั่นใจที่จะเสนอความคิดเห็นในการอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6
3) ฉันรู้สึกมั่นใจที่จะนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจให้แก่ผู้อื่น	1	2	3	4	5	6
4) ฉันสามารถที่จะคิดหาทางออกได้หลาย ๆ ทาง เพื่อแก้ปัญหาในการทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6
5) ขณะนี้ฉันมองว่าตนเองจะสามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้พอสมควร	1	2	3	4	5	6
6) ฉันคิดได้หลายหนทางเพื่อที่จะบรรลุถึงเป้าหมายในการทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6
7) ณ ปัจจุบัน ฉันคิดว่าจะไปถึงเป้าหมายการทำธุรกิจตามที่ได้ตั้งไว้	1	2	3	4	5	6
8) ฉันจะสามารถ “ยืนหยัดด้วยตนเอง” ได้ในการทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6
9) ฉันจะสามารถยอมรับความกดดันที่เกิดจากธุรกิจได้	1	2	3	4	5	6
10) ฉันจะผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำธุรกิจได้ เพราะเคยประสบความสำเร็จมาก่อนแล้ว	1	2	3	4	5	6
11) ฉันมองถึงการทำธุรกิจในด้านบวกเสมอ	1	2	3	4	5	6
12) ฉันมองในแง่ดีเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับฉันในอนาคตเรื่องการดำเนินธุรกิจ	1	2	3	4	5	6

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย (3)	เฉยๆ (4)	เห็นด้วยเล็กน้อย (5)	เห็นด้วย (6)	เห็นด้วยมากที่สุด (7)
1) สำหรับฉันการเป็นผู้ประกอบการมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย	1	2	3	4	5	6	7
2) พ่อแม่ของฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
3) การเริ่มต้นทำธุรกิจและการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน	1	2	3	4	5	6	7
4) การเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่น่าดึงดูดใจ	1	2	3	4	5	6	7
มหาวิทยาลัย/วิทยาลัยที่ฉันเรียนอยู่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร							
5) พี่น้องของฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
6) ฉันพร้อมที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6	7
7) การเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่น่าพึงพอใจสำหรับฉัน	1	2	3	4	5	6	7
8) เพื่อนสนิทของฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (1)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย เล็กน้อย (3)	เฉย ๆ (4)	เห็น ด้วย เล็กน้อย (5)	เห็น ด้วย (6)	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (7)
9) ฉันสามารถควบคุมกระบวนการจัดตั้ง ธุรกิจได้	1	2	3	4	5	6	7
10) อาชีพผู้ประกอบการสามารถเพิ่มรายได้ และสร้างโอกาสได้มากกว่าอาชีพอื่น	1	2	3	4	5	6	7
11) เพื่อนร่วมชั้นเรียนของฉันเห็นด้วยกับ การที่ฉันจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
12) ฉันทราบถึงรายละเอียดที่จำเป็นในการ เริ่มทำธุรกิจ	1	2	3	4	5	6	7
13) อาชีพผู้ประกอบการมีความน่าสนใจ มากกว่าอาชีพอื่น ๆ	1	2	3	4	5	6	7
ฉันมีเครือข่ายทางธุรกิจ							
14) ครู/อาจารย์ของฉันเห็นด้วยกับการที่ฉัน จะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
15) ฉันรู้และเข้าใจวิธีการพัฒนาธุรกิจ	1	2	3	4	5	6	7
16) บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดของฉันเห็นด้วยกับ การที่ฉันจะตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ	1	2	3	4	5	6	7
17) ฉันมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จได้	1	2	3	4	5	6	7

ตอนที่ 4 แบบวัดแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	เห็นปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยมากที่สุด (5)
1) ฉันกล้าเสี่ยงที่จะลงทุนในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน	1	2	3	4	5
2) ฉันกล้าเสี่ยงที่จะลงทุนในกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนสูง	1	2	3	4	5
3) ฉันมักจะจัดการสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงได้	1	2	3	4	5
4) ในการเดินทาง ฉันมักจะใช้เส้นทางใหม่ ๆ	1	2	3	4	5
5) ฉันชอบที่จะทำสิ่งใหม่ ๆ เช่น ลองทานอาหารแปลกใหม่ ไปในสถานที่ใหม่ ๆ เป็นต้น	1	2	3	4	5
6) ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา ฉันได้ลองทำสิ่งที่ท้าทาย	1	2	3	4	5

ตอนที่ 5 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือเติมคำในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถาบันที่ท่านกำลังศึกษา

วิทยาลัย _____

มหาวิทยาลัย _____

4. ท่านกำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ

ใช่ สาขาวิชา _____

ไม่ใช่

5. ท่านกำลังศึกษาในชั้นปีที่ _____

6. ปัจจุบันท่านกำลังประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

7. ท่านมีความตั้งใจที่จะเริ่มทำธุรกิจเมื่อไหร่

เดือน _____ ปี _____

8. ครอบครัวของท่านประกอบอาชีพใด

ธุรกิจส่วนตัว

อาชีพอื่น ๆ _____

9. บุคคลที่ใกล้ชิดกับท่านมีใครบ้างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

พ่อแม่

พี่น้อง

ญาติ

เพื่อนสนิท

10. ท่านมีเครือข่ายทางธุรกิจหรือไม่ เช่น สมาคมการค้า สโมสรทางธุรกิจ เป็นต้น

มี ระบุ _____

ไม่มี

11. ท่านเคยติดต่อเพื่อเข้ารับความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่ให้คำแนะนำทางธุรกิจหรือไม่

เคย

ไม่เคย

12. ท่านเคยได้รับการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่

เคย _____ ครั้ง

ไม่เคย

13. ท่านเคยได้รับการฝึกปฏิบัติในการจำลองการเป็นผู้ประกอบการ (Business Simulation) หรือไม่

เคย

ไม่เคย

14. Email _____ เบอร์โทรติดต่อ _____

>>>>ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถาม<<<<<



แบบบันทึกการสัมภาษณ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่:
กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย

ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....

วันที่สัมภาษณ์.....สถานที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....สิ้นสุดการสัมภาษณ์เวลา.....

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรม การเป็นผู้ประกอบการใหม่ ผู้วิจัยขอความร่วมมือท่านให้ข้อมูลสัมภาษณ์ที่ตรงกับความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ และนำข้อมูลไปใช้เพื่อสรุปผลวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมล.....

ที่อยู่ในปัจจุบัน.....

อายุ.....ปี รายได้ต่อเดือน.....บาท สถาบันที่สำเร็จการศึกษา.....

หลักสูตรที่สำเร็จการศึกษา.....สาขาวิชา.....

ส่วนที่ 2 สถานภาพของในการเป็นผู้ประกอบการใหม่

ตามที่ก่อนหน้านี้ท่านได้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ในครั้งนี เพราะท่านอยู่ในกลุ่มรายชื่อของผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง แล้วในปัจจุบันนี้ท่านได้ดำเนินการทำธุรกิจหลังสำเร็จการศึกษาหรือไม่อย่างไร

ไม่ได้ทำธุรกิจ

-ในปัจจุบันนี้ท่านประกอบอาชีพอะไร.....

-นอกจากงานประจำที่ท่านทำอยู่ท่านได้ทำธุรกิจด้วยหรือไม่อย่างไร.....

.....

-ท่านได้ดำเนินกิจกรรมเหล่านี้บ้างหรือไม่

รายการพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	ใช่	ไม่ใช่
1) มีการเตรียมแผนธุรกิจแบบทางการหรือไม่เป็นทางการ		
2) มีการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
3) มีการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งอาจจะอยู่ในขั้นตอนของการมีแนวคิด การพัฒนาความคิดริเริ่ม การทดสอบตลาด การที่มีความพร้อมในการขาย และส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า		
4) มีการเริ่มทำการตลาดและการทำรายการส่งเสริมการขาย		
5) การมีความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ เช่น คลังสินค้า ลูกค้าที่จัดจำหน่าย วัตถุดิบ เป็นต้น		
6) การมีอุปกรณ์ อาจจะได้มาจากการซื้อ การเช่าซื้อ การเช่า ในอุปกรณ์หลัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ		
7) มีข้อมูลสารสนเทศ เช่น การประมาณการยอดขายหรือรายรับ มีข้อมูลคู่แข่ง ลูกค้า และการตั้งราคา เป็นต้น ซึ่งอาจจะใช้ในการประเมินความพร้อมในการนำเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้า		
8) ด้านการเงิน โดยอาจมีข้อมูลในการจัดหาทุนจากสถาบันการเงิน มีรายการบัญชีทางการเงิน บัญชีรายรับ รายการกระแสเงินสด มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน		
9) มีการเก็บออมเงิน เพื่อที่จะใช้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ		
10) การได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ในการทำธุรกิจ		

รายการพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	ใช่	ไม่ใช่
11) การได้รับการช่วยเหลือจากครอบครัวในการทำธุรกิจ		
12) บุคคลที่ได้เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแบบเต็มเวลา หรืออย่างน้อย 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อาจจะมีทีมงานในการทำงานหรือมีลูกจ้างไม่ประจำ ที่ทำงานแบบพาร์ทไทม์		
13) มีการจ้างแรงงานหรือมีผู้จัดการที่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้ โดยไม่ได้แบ่งผลกำไรจากธุรกิจ		
14) มีการเข้ารับการอบรมและได้ฝึกปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจใหม่		
15) มีข้อมูลการติดต่อของธุรกิจ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ไปรษณีย์ ที่อยู่ สถานที่ตั้งธุรกิจ เบอร์แฟกซ์ อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น		
16) ดำเนินการทางด้านการตลาด เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายทางการค้า เป็นต้น		
17) การมีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายเงินเดือนให้แก่เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการ		
18) การได้รับใบอนุญาตในการทำธุรกิจ เช่น ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ		
19) มีการปฏิบัติตามกฎหมายในการจ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ และมีใบรับรองการยื่นชำระภาษี		

-ประเด็นคำถามเฉพาะ: ท่านคิดว่าสาเหตุที่ทำให้ท่านยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจหลังเรียนจบมีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

-ประเด็นคำถามต่อเนื่อง: ตามที่เมื่อสักครู่ท่านได้ตอบว่า “.....”

ผู้สัมภาษณ์จะเลือกใช้ข้อความที่มีความสัมพันธ์กับการตอบสัมภาษณ์เบื้องต้นดังนี้

ท่านช่วยเล่าให้ฟังเพิ่มเติมว่า

1. ท่านคิดว่าปัญหาหรืออะไรคืออุปสรรคที่ทำให้ท่านยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ
2. คนรอบข้าง เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครู/อาจารย์ หรือคนอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดกับท่าน มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจอย่างไรบ้าง
3. ท่านมีความมั่นใจมากน้อยแค่ไหนว่า ถ้าท่านได้ทำธุรกิจแล้วจะสามารถทำได้ดี ทำได้สำเร็จ หากให้เลือกระดับ 1 ถึง 5 ดังนี้
 ระดับ 1 น้อยที่สุด
 ระดับ 2 น้อย
 ระดับ 3 ปานกลาง
 ระดับ 4 มาก
 ระดับ 5 มากที่สุด
4. ท่านมีมุมมองต่อการเป็นผู้ประกอบการอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

ได้เริ่มทำธุรกิจแล้ว

-ช่วงเวลาที่ท่านทำธุรกิจเป็นช่วงใดบ้าง.....

-ท่านได้ดำเนินกิจกรรมเหล่านี้บ้างหรือไม่

รายการพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	ใช่	ไม่ใช่
1) มีการเตรียมแผนธุรกิจแบบทางการหรือไม่เป็นทางการ		
2) มีการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
3) มีการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งอาจจะอยู่ในขั้นตอนของการมีแนวคิด การพัฒนาความคิดริเริ่ม การทดสอบตลาด การที่มีความพร้อมในการขาย และส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า		
4) มีการเริ่มทำการตลาดและการทำรายการส่งเสริมการขาย		
5) การมีความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ เช่น คลังสินค้า คู่ค้าที่จัดจำหน่าย วัตถุดิบ เป็นต้น		
6) การมีอุปกรณ์ อาจจะได้มาจากการซื้อ การเช่าซื้อ การเช่า ในอุปกรณ์หลัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ		
7) มีข้อมูลสารสนเทศ เช่น การประมาณการยอดขายหรือรายรับ มีข้อมูลคู่แข่งชั้น ลูกค้า และการตั้งราคา เป็นต้น ซึ่งอาจจะใช้ในการประเมินความพร้อมในการนำเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้า		
8) ด้านการเงิน โดยอาจมีข้อมูลในการจัดหาทุนจากสถาบันการเงิน มีรายการบัญชีทางการเงิน บัญชีรายรับ รายการกระแสเงินสด มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน		
9) มีการเก็บออมเงิน เพื่อที่จะใช้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ		
10) การได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ในการทำธุรกิจ		
11) การได้รับการช่วยเหลือจากครอบครัวในการทำธุรกิจ		
12) บุคคลที่ได้เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแบบเต็มเวลา หรืออย่างน้อย 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อาจจะมีทีมงานในการทำงานหรือมีลูกจ้างไม่ประจำ ที่ทำงานแบบพาร์ทไทม์		
13) มีการจ้างแรงงานหรือมีผู้จัดการที่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้ โดยไม่ได้แบ่งผลกำไรจากธุรกิจ		

รายการพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่	ใช่	ไม่ใช่
14) มีการเข้ารับการอบรมและได้ฝึกปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจใหม่		
15) มีข้อมูลการติดต่อของธุรกิจ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ไปรษณีย์ ที่อยู่ สถานที่ตั้งธุรกิจ เบอร์แฟกซ์ อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น		
16) ดำเนินการทางด้านการตลาด เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายทางการค้า เป็นต้น		
17) การมีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายเงินเดือนให้แก่เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการ		
18) การได้รับใบอนุญาตในการทำธุรกิจ เช่น ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ		
19) มีการปฏิบัติตามกฎหมายในการจ่ายภาษีให้แก่ภาครัฐ และมีใบรับรองการยื่นชำระภาษี		

-ท่านช่วยอธิบายถึงรายละเอียดของธุรกิจที่ท่านทำอยู่ในขณะนี้

รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

เจ้าของคนเดียว

ห้างหุ้นส่วน

บริษัทจำกัด

อื่น ๆ (ระบุ).....

ชื่อธุรกิจ

ลักษณะสินค้า/บริการของธุรกิจ.....

สถานที่ตั้งธุรกิจอยู่ในจังหวัด.....

ระยะเวลาที่เริ่มดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน.....เดือน

จำนวนเงินที่ลงทุน.....บาท

-ประเด็นคำถามเฉพาะ: ท่านคิดว่าสิ่งที่ช่วยทำให้ท่านทำธุรกิจได้เร็วหลังการเรียนจบคืออะไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....

-ประเด็นคำถามต่อเนื่อง: ตามที่เมื่อสักครู่ท่านได้ตอบว่า “.....”

ผู้สัมภาษณ์จะเลือกใช้ข้อความที่มีความสัมพันธ์กับการตอบสัมภาษณ์เบื้องต้นดังนี้

ท่านช่วยเล่าให้ฟังเพิ่มเติมว่า

1. ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ท่านได้เริ่มธุรกิจคืออะไร
2. ท่านมีมุมมองต่อการเป็นผู้ประกอบการอย่างไรบ้าง
3. ท่านคิดว่าความท้าทายในการทำธุรกิจคืออะไร
4. ในการทำธุรกิจของท่านประสบปัญหาอะไรบ้าง
5. เวลาที่ท่านประสบปัญหา ท่านแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร
6. คนรอบข้างของท่าน เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครู/อาจารย์ หรือ คนอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดกับท่าน มีส่วนช่วยอย่างไรบ้าง
7. ท่านคิดว่า ท่านมีบุคลิกลักษณะที่มีความแตกต่างจากคนที่ยังไม่เริ่มทำธุรกิจอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

แนวหัวข้อการสัมภาษณ์ (Interview guide)
เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่: กรณีศึกษา
นักศึกษาบริหารธุรกิจในภาคใต้ของประเทศไทย

ชื่อผู้ให้ข้อมูล:		
วันที่:		สถานที่:
เวลาเริ่มสัมภาษณ์:		เวลาสิ้นสุดการสัมภาษณ์:
ช่วงเวลา	แนวหัวข้อการสัมภาษณ์	ข้อมูลการสัมภาษณ์
15–20 นาที	<ul style="list-style-type: none"> -แนะนำตัวผู้วิจัย -กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ เพื่อตอบคำถามการวิจัยในการอธิบายถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่สามารถส่งอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ -ผู้วิจัยขอข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ชื่อผู้ให้ข้อมูล เบอร์โทรศัพท์ โดยแจ้งแก่ผู้ให้ข้อมูลว่าข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยจะไม่นำไปเปิดเผย โดยจะใช้ในการติดต่อกับผู้ให้ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้องหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ -ผู้วิจัยพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลในเรื่องทั่วไป เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการสัมภาษณ์ให้มีความผ่อนคลาย -ผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 	

ช่วงเวลา	แนวหัวข้อการสัมภาษณ์	ข้อมูลการสัมภาษณ์
5 นาที	<p>-ผู้วิจัยกล่าวเกริ่นนำ:</p> <p>ตามที่ ก่อนหน้านี้ ท่าน ได้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัย ได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ในครั้งนี้ เพราะท่านอยู่ในกลุ่มรายชื่อของผู้ที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง แล้วในปัจจุบันนี้ท่านได้ดำเนินการทำธุรกิจหลังสำเร็จการศึกษาหรือไม่อย่างไร</p>	
60 นาที	<p>กรณีผู้ให้ข้อมูลตอบว่าไม่ได้ทำธุรกิจ</p> <p>-ในปัจจุบันนี้ท่านประกอบอาชีพอะไร</p> <p>-ท่านได้ดำเนินกิจกรรมเหล่านี้บ้างหรือไม่ โดยผู้วิจัยนำแบบตรวจรายการ (Check list) การดำเนินกิจกรรมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ให้แก่ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบเพื่อยืนยันอีกครั้งว่า ผู้ให้ข้อมูลไม่ได้ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแม้แต่อย่างเดียวในแบบตรวจรายการ</p> <p>หลังจากนั้นจึงใช้ประเด็นคำถามเฉพาะ:</p> <p>-ท่านคิดว่าสาเหตุที่ทำให้ท่านยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจหลังเรียนจบมีอะไรบ้าง</p> <p>แล้วจึงใช้ประเด็นคำถามต่อเนื่อง: จะเลือกใช้คำถามตามข้อมูลที่ได้รับจากคำถามก่อนหน้า</p> <p>-ท่านคิดว่าปัญหาหรืออะไรคืออุปสรรคที่ทำให้ท่านยังไม่ได้เริ่มทำธุรกิจ</p> <p>-คนรอบข้าง เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครู/อาจารย์ หรือ คนอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดกับท่าน มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจอย่างไรบ้าง</p>	

ช่วงเวลา	แนวหัวข้อการสัมภาษณ์	ข้อมูลการสัมภาษณ์
	<p>-ท่านมีความมั่นใจมากน้อยแค่ไหนว่า ถ้าท่านได้ทำธุรกิจแล้วจะสามารถทำได้ดี ทำได้สำเร็จ</p> <p>หากให้เลือกระดับ 1 ถึง 5 ดังนี้</p> <p>ระดับ 1 น้อยที่สุด</p> <p>ระดับ 2 น้อย</p> <p>ระดับ 3 ปานกลาง</p> <p>ระดับ 4 มาก</p> <p>ระดับ 5 มากที่สุด</p>	
60 นาที	<p>กรณีผู้ให้ข้อมูลตอบว่าได้ทำธุรกิจแล้ว</p> <p>-ท่านมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ต่าง ๆ เหล่านี้บ้างหรือไม่ โดยให้ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถามในแบบตรวจสอบรายการ(Check list) ซึ่งต้องมีกิจกรรมการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ประกอบการใหม่อย่างน้อย 1 อย่าง</p> <p>-ท่านช่วยเล่าให้ฟังว่าเริ่มทำธุรกิจอันนี้ได้ อย่างไร</p> <p>อาจมีคำถามเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบรูปแบบในการจัดตั้งธุรกิจ (เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วน/บริษัท/อื่น ๆ) ชื่อธุรกิจ ลักษณะของสินค้าหรือบริการ สถานที่ตั้ง ระยะเวลาที่เริ่มทำธุรกิจจนถึงวันปัจจุบัน จำนวนเงินลงทุน</p> <p>หลังจากนั้นจึงใช้ประเด็นคำถามเฉพาะ:</p> <p>-ท่านคิดว่าสิ่งที่ช่วยทำให้ท่านทำธุรกิจได้เร็วหลังการเรียนจบคืออะไร</p>	

ช่วงเวลา	แนวหัวข้อการสัมภาษณ์	ข้อมูลการสัมภาษณ์
	<p>แล้วจึงใช้ประเด็นคำถามต่อเนื่อง: จะเลือกใช้คำถามตามข้อมูลที่ได้รับจากคำถามก่อนหน้า</p> <ul style="list-style-type: none"> -ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ท่านได้เริ่มธุรกิจคืออะไร -ท่านคิดว่าความท้าทายในการทำธุรกิจคืออะไร -ในการทำธุรกิจของท่านประสบปัญหาอะไรบ้าง -เวลาที่ท่านประสบปัญหา ท่านแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร -คนรอบข้างของท่าน เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้น ครู/อาจารย์ หรือคนอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดกับท่าน มีส่วนช่วยอย่างไรบ้าง -ท่านคิดว่า ท่านมีบุคลิกลักษณะที่มีความแตกต่างจากคนที่ยังไม่เริ่มทำธุรกิจอย่างไร 	
15–20 นาที	<ul style="list-style-type: none"> -สรุปประเด็นที่ได้สัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลในเบื้องต้น และการตรวจสอบด้านผู้วิจัยว่าสรุปข้อมูลตรงกันกับผู้ช่วยทำหน้าที่บันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์หรือไม่ -ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ -กล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูล และแจ้งถึงการติดต่อกลับอีกครั้งหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์ในการอภิปรายผลแบบตีความจากผู้วิจัย เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องก่อนทำรายงานผลการวิจัย 	

ภาคผนวก ง
ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
1. ผลดี (Advantage)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “การเป็นพ่อค้าก็ดี เพราะว่าได้รู้จักคน มีคอนเนกชันเพิ่มแล้วก็ได้พูดคุยได้รู้เท่าทันคน ได้รู้ว่าโลกมันมีอะไรอีกเยอะ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “เป็นความรู้สึกที่ว่า เราเหนื่อยแต่เราคุ้มค่าที่แบบได้เงินแต่ละบาทเข้ามาหาเราเองโดยตรงคือ เราไม่ต้องไม่หักให้ใคร ก็แค่หักค่าลูกน้องอย่างเดียว แต่เราก็ได้เราเต็ม ๆ”</p>
2. น่าดึงดูดใจ (Attractive)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “การเป็นผู้ประกอบการทำให้เรามีอิสระ แล้วเราคิดอยากทำอะไรเราก็ได้ทำเลยอะ ไม่มีกรอบ ไม่มีใครคอยควบคุม”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “การเป็นผู้ประกอบการ เป็นงานที่อิสระ แล้วก็ไม่มีใครแบบมาคุมกดดัน ทำงานมีความสุข ทำงานเป็นของตัวเองทำงานที่ไหนก็ได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “เมื่อที่จะต้องนั่งออฟฟิศ เรามาทำงานข้างนอกดีกว่า เราชอบสไตล์มากกว่า อยากหยุดเมื่อไหร่ก็ได้หยุด อยากทำตอนไหนก็ได้ทำแบบนั้นดีกว่า ก็เลยที่ว่าทำงานตัวเองดีกว่า”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 “เราไม่ต้องไปเป็นลูกน้องใคร การที่เราจะเลือกวัตถุดิบอะไร เราก็เป็นคนที่สามารถบริหารจัดการได้หมด คู่อิสระดี ก็น่าจะเติบโตได้ดีกว่าการที่เราไปเป็นลูกจ้างเขา”</p>
3. มีโอกาสและทรัพยากร (Opportunity and resources)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็อยากทำธุรกิจเป็นของตัวเอง เห็นว่าอาชีพนี้น่าจะมีรายได้ที่มั่นคง และมีความยืดหยุ่นของเวลา”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “อยากมีรายได้เป็นของตัวเองแบบนี้ด้วยหลังเรียนจบ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ถ้าเป็นผู้ประกอบการเราสามารถสร้างงานให้คนอื่นได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ณ ตอนนั้นก็ทำให้สถานะของทางบ้านขยับขึ้นมาบ้างเล็กน้อย”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 “ถ้าเราทำเยอะเราก็ได้เยอะ แล้วก็เราจะได้มีธุรกิจสืบทอดให้ลูกหลานต่อไป”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “ถ้าเกิดเราเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ฐานะทางบ้านเรานั้นคง มีคนนับหน้าถือตา”
4. มีความพึงพอใจ (Satisfaction)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ดีขึ้นก็คือแบบที่เราสามารถที่จะทำงานได้อย่างเต็มตัวมากขึ้น”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ก็ส่วนตัวแล้วก็อยากทำธุรกิจ เป็นความชอบมากกว่า”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “ผู้ประกอบการ เราก็รู้สึกสบายใจ เราไม่ต้องทำงานภายใต้แรงกดดันของคนอื่น</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 “ส่วนตัวเราก็ชอบเหมือนกัน ปกติชอบขายของออนไลน์แบบนี้อยู่แล้ว เราได้ทำเอง ซื้อเองทำเอง ได้เงินเองเหมือนเราได้เห็นว่าได้กำไรเท่าไรพอขายหมดเราก็มีความสุข”</p>
5. อาชีพที่จะเลือก (Alternative)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “อยากประสบความสำเร็จในการขายของออนไลน์ให้ได้มากที่สุด”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็เหมือนกับมีแรงบันดาลใจค่ะว่า เหมือนแบบอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ตัวเองไม่ค่อยชอบที่จะเป็นลูกจ้างใคร หรือว่าทำตามคำสั่งใคร คิดว่าการที่เราเปิดกิจการเป็นของตัวเองน่าจะง่ายกว่า แล้วก็อาจจะเป็นทางเลือกที่ดีกว่า”</p>
6. อื่น ๆ (Others)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “เป็นคนที่ไม่ชอบขอเงินพ่อแม่ในการซื้อของ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเราไม่ทำธุรกิจเป็นของตัวเองมาเป็นลูกจ้างแล้วก็มีความเสี่ยงเหมือนกันที่จะโดนไล่ออกจากงาน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “เป็นอาชีพที่ดี แต่มันค่อนข้างเสี่ยงครับ ช่วงยุคสมัยแบบนี้มันขายไม่ดีเหมือนเมื่อก่อน มันอยู่ในยุคที่เสี่ยง ก็แบบลงทุนก็ขายยากกว่าของจะออก”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “เป็นผู้ประกอบการนี้ต้องมีความรับผิดชอบรับผิดชอบต่อทั้งลูกน้อง รับผิดชอบต่อตัวเอง และครอบครัวด้วย ต้องมีความขยันเพราะว่าต้องทำงานแบบเต็มเวลาเลย”</p>

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการคล้อยตามกลุ่มคนสำคัญ

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
<p>1. พ่อแม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Parents agree of that decision to entrepreneur)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ก็ตั้งแต่เรียนจบมาก็คือ สิ่งที่ทำให้ได้สร้างธุรกิจก็คือ คุณพ่อค่ะ ช่วยสนับสนุนแล้วก็ช่วยทำร้านให้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “พ่อแม่”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “ครอบครัว เราเห็นพ่อทำทำงานประจำซึ่งเป็นแท็กซี่ ขับรถแท็กซี่ แล้วก็เห็นพ่อทำงานที่ไม่ประจำก็คือ การทำสวน ซึ่งเราได้รายได้ทั้ง 2 ทาง งานประจำก็คือ เราได้ทุกวัน ส่วนทำสวนก็คือ จะได้ปีหนึ่งครั้งหนึ่ง ซึ่งเราก็เห็นว่า เวลาเราทำงานประจำเราก็จะได้แค่เดือนละครั้ง เพราะฉะนั้นเราก็ต้องหาอะไรมาต่อยอดให้เราได้มากขึ้นกว่าเดิมก็คือ การขายออนไลน์ของเรา และพ่อกับแม่คอย support ในเรื่องเงินทุนให้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “แม่ก็คอยสนับสนุน แล้วแม่ก็อยากให้เราสานต่อธุรกิจที่บ้าน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ครอบครัว มีธุรกิจอยู่แล้วค่ะ แ่หนูเรียนจบแล้วก็มาสานต่อธุรกิจ และมีพ่อกับแม่ช่วยให้คำแนะนำ แล้วก็ให้เงินทุน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “จะเป็นเพราะพ่อแม่ทำธุรกิจตัวนี้อยู่แล้วด้วย แต่ว่าพ่อแม่ทำแบบออฟไลน์คือ ไปหาลูกค้า แล้วก็ไปขยายธุรกิจที่แม่ทำ แม่ช่วยในการซัพพอร์ตในการเรียนอะไรแบบนี้ทุกอย่าง แล้วก็เหมือนในเพจใช้เบอร์โทรแม่ให้แม่โทรคุยกับลูกค้า เหมือนคนสูงอายุ บางทีเขาพิมพ์ชื่อที่อยู่ไม่เป็นเขาก็ โทรมาหาแม่โดยตรงแล้วแม่ก็จดออเดอร์อะไรให้ แล้วแม่ชวนไปเรียนออนไลน์ด้วย”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “คิดว่าเป็น โอกาสที่ทางครอบครัวให้มา มาหาเปิดประสบการณ์ที่หาที่ไหนไม่ได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ก็มีให้คำแนะนำบ้างให้ทุนบ้าง เป็นแม่ในการดูแลปลา ในการขาย หาลูกค้าให้อะไรให้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “คือพื้นฐานที่บ้าน เหมือนกับว่าผมมีพื้นฐานมาอยู่แล้วคือ ครอบครัว ก็มันเป็นงานของเรา เราก็มาต่อยอดธุรกิจ</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	<p>ของครอบครัวก็เป็นของครอบครัว ครอบครัวทำกันทุกคนในบ้านครับ ส่วนแม่ผมก็จัดการเรื่องการเงิน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ ครอบครัวก็คือ ทำธุรกิจนี้มาหลายปี แต่ว่าแต่ก่อนเป็นคุณน้ำและอาบริหาร จนเปลี่ยนมาเป็นคุณแม่บริหาร ผมเลยเข้ามาช่วยหลังจากเรียนจบ ก็จะมีพ่อแม่ก็จะช่วยในเรื่องของการตั้งราคา คุณภาพรวมจากด้านบน ก็จะประมาณเป็นบอร์คบริหาร”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “ครอบครัวจะคอยสนับสนุนผลักดันให้เราได้เป็นเจ้าของธุรกิจ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 “พ่อแม่มีอิทธิพลมาก ถ้าพ่อแม่ไม่ช่วยเหลือตอนแรก ๆ เราก็น่าจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ เพราะว่าการทำงานธุรกิจบางครั้งมันก็มีแบบอุปสรรคบ้าง เราก็ต้องการกำลังใจจากครอบครัว”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 “มีผลเพราะเห็นพ่อแม่ก็ทำธุรกิจส่วนตัว แล้วอยากทำบ้าง เพราะว่าการทำงานที่เราเป็นลูกจ้างคนอื่นก็ไม่ได้ยั่งยืน เลยทำให้อยากทำธุรกิจเป็นของตัวเอง อยากเป็นนายตัวเองแบบนี้”</p>
<p>2. พี่น้องเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Siblings agree of that decision to entrepreneur)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “พี่น้องก็ช่วยครับ เพราะว่าพี่น้องก็มาช่วยกันทำงานตรงนี้ ก็ทำคนเดียวไม่ไหว ก็ต้องแบ่งกันทำงาน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ก็มีให้คำแนะนำบ้างให้ทุนบ้าง เป็นพี่ชายในการดูแลปลา ในการขาย หาลูกค้าให้อะไรให้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ถ้าพูดถึงครอบครัวก็จะมีพี่ ๆ จะช่วยแนะนำแลกเปลี่ยนเข้ามาพัก”</p>
<p>3. เพื่อนสนิทเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Closed friends agree of that decision to entrepreneur)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “มีเพื่อนคะ ที่เป็นญาติที่ทำด้วยกัน ก็ช่วยกันก็คือทำธุรกิจด้วยกันเลย ทำอาหาร ทำทุกอย่างด้วยกัน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “มีเพื่อนก็คอยส่งเสริม คอยให้กำลังใจ บางครั้งก็มีเพื่อนที่เป็นนักธุรกิจอยู่แล้ว เขาก็ให้คำแนะนำได้ในบางส่วน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 “ก็มีเพื่อนสนิทที่จะคอย support แบบว่าทำแบบไหน และควรบริหารจัดการยังไง”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
4. เพื่อนร่วมชั้นเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Closed friends agree of that decision to entrepreneur)	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 “เขาก็ให้แนวคิด แบบขายแบบนี้ราคาเท่านี้เพิ่มรสชาติแบบนี้หน่อย เป็นเพื่อนในห้องตอนเรียนที่ภูเก็ต เขาก็ไปทานข้าวที่ร้านอาหารของที่บ้านกันเป็นประจำ”
5. ครูหรืออาจารย์เห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Teacher or lecturers agree of that decision to entrepreneur)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็จะมีอาจารย์ที่คอยแนะนำ เออเราน่าจะมีการเหมือนปลายเดือนน่าจะมีโปรโมชันแบบอาหารทะเลมาวางจำหน่าย แบบว่าให้เลือกรุงอาหารแบบว่าเหมือนกับลูกค้าอยากกินปูผัดผงกะหรี่ก็สามารถเอามาจากร้านเราแล้วก็ปรุงอาหารให้กับลูกค้าได้เลยค่ะก็คือ ที่ในขอนแก่นจะมีช่วงเทศกาลแบบปลาย ๆ เดือน คนจะมาเที่ยวเยอะก็เลยช่วงปลายเดือนก็เลยมีโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้า”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “เป็นอาจารย์ที่เคยสอนหรือมหาวิทยาลัยศรี มาเรียนสาขานี้เพราะว่าก็อยากจะประกอบการของตัวเอง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “เหมือนกับอาจารย์ช่วยเยอะเลย ต้องยอมรับเลยว่า ตอนที่มาฝึกงานที่เกี่ยวข้องกับตรงนี้โดยตรง มาเรียนรู้งานอ้อม ๆ แต่ก็อยู่ในเครือข่ายงานที่ผมทำจริง ณ ปัจจุบัน ซึ่งถ้าไม่ได้โอกาสจากอาจารย์ก็ไม่ได้มีโอกาสมีความรู้ขนาดนี้ เพราะฉะนั้น 3 ถึง 4 เดือนที่ได้มาฝึกงานได้ความรู้เยอะเลยได้รู้จักคน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ก็จะมีครู/อาจารย์ที่จะซัพพอร์ตในเรื่องของการหาเงินทุน การทำบ ก็จะมีตามอาจารย์มาบ้างนิดหน่อย”</p>
6. บุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดเห็นด้วยกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ (Other near one agree of that decision to entrepreneur)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “คนอื่น ๆ ที่ว่าเป็นคนเข้ามาชวนแล้วก็มาสอนให้ช่วงแรก ๆ เป็นพี่เขาสนิทกับแม่ แม่ก็บอกว่าให้มาช่วยสอน เป็นสอนทางด้านออนไลน์โดยตรงเลย”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “มีเป็นลุงมาช่วยสร้างบ่อให้อะไรให้ แล้วมาดูแลธุรกิจตอนที่เรายู่อานกับแม่”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “คนใกล้ชิดไม่ค่อยมีอิทธิพลต่อเราเท่าไร แต่นายจ้างก็มีอิทธิพล เพราะว่าเราก็จะศึกษาว่าเขาบริหารยังไง ดูวิธีการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกิจ”</p>

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
1. ความง่าย (Easy)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “คือความที่เรามีความตั้งใจอยู่แล้วที่จะแบบเป็นเจ้าของคนเดียว เริ่มต้นทำอะไรคนเดียวมันง่ายกว่า แล้วก็รวดเร็วกว่าด้วยครับ ตัดสินใจที่จะทำคนเดียวไปเลยครับ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “คิดว่าการที่เราเปิดกิจการเป็นของตัวเองน่าจะง่ายกว่า”</p>
2. การควบคุมสถานการณ์ (Control situation)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็มีเรื่องคู่แข่งกันที่มีเพิ่มขึ้น ทำให้มีอุปสรรคในการได้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น ก็มาจัดการเรื่องสินค้าของเราให้ดีขึ้น ก็คือเหมือนกับเราเรียนมาทางด้านตรงคือ ทางผู้ประกอบการ แล้วเราก็สามารถมาจัดสรรวางแผนในการเปิดร้านว่าวันนี้มีลูกค้าประเภทไหนมา เหมือนกับเสาร์อาทิตย์จะมีลูกค้าแบบต่างจังหวัดมาเที่ยวก็แบบจะทำอาหารให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งวัตถุดิบให้เพิ่มมากขึ้น สามารถวางแผนในการดูแลร้านก็เหมือนกับหน้าฝนเป็นช่วง Low season ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะอยู่ที่บ้าน ทานที่บ้านมากกว่า ก็เลยจะทำให้ยอดขายน้อยลงกว่าวันปกติก็คือ จะลดปริมาณวัตถุดิบในการขายลดลง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ประสบปัญหาคือ บางครั้งก่อนสิ้นเดือนหรือว่ากลางสัปดาห์ยอดขายตก บางครั้งก็จะยิงแอดเพิ่ม เพื่อให้ยอดขายเราเพิ่มขึ้น หรือว่ามีโปร โมชั่น หรือว่าโทรตามไปหาลูกค้าเก่า”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “ปัญหาก็มีเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนย้ายสิ่งของ ส่วนใหญ่ปัญหาเวลาทำงานจะแก้ปัญหาลเฉพาะหน้าเลย เพราะว่าเราจะต้องคุยกับผู้คน เราจะต้องต่อรอง มีเงื่อนไขในการต่อรองทำธุรกิจตลอดเวลาในการทำงาน เพราะฉะนั้นเราต้องมีไหวพริบ เราต้องมีสติ และเราต้องมีที่ปรึกษาในการที่จะตัดสินใจทำอะไรสักอย่างหนึ่ง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าพันธุ์ปลาข้างขาดตลาดอยู่ เราจะหาแบบมาทำรอบต่อไปนี้ซ้ำมาก บางทีเราต้องรอเป็นเดือนเป็นสัปดาห์ก็มีครับ บางทีหาถูกปลาไม่ได้จริง ๆ เราก็ต้องรอ เสีย</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	<p>ผลประโยชน์ไป บางทีลูกค้าติดต่อไว้ แต่เราไม่มีของจะจำหน่าย เขาเราก็ต้องไปซื้อจากที่อื่นมาขายก่อน อันนี้เราก็เสียทุนเพิ่มไปอีกประมาณนี้ แล้วก็ซื้อตัวที่ว่ากำลังจะโตมา เอามาพักในบ่อของเรา ก่อน แล้วก็จำหน่ายให้เขา เพื่อได้ไม่ให้เสียลูกค้า”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “ประสบปัญหาเรื่องสินค้าค้างสต็อก เราทำตามยอดเป้าหมายของบริษัทไม่ได้ครับ บางเดือนเราก็ทำได้ ถึงหน้าฝนแบบนี้ปล่อยของออกยาก ก็บังคับตัวแทนของเรา บังคับให้เขาซื้อ โดยทางเราจะจัดโปรโมชั่นให้เขาให้เขาซื้อ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ ณ ตอนนีตอนที่ลงมาบริหารก็จะประสบปัญหาตัวเองงบ ก่อนหน้านี้ก็คือ มีการจ้างพนักงานบัญชี แล้วก็ใช้ผู้บริหารคือ คุณแม่ แต่คุณแม่ก็จะไม่ค่อยรู้อะไรเกี่ยวกับเรื่องบัญชี แล้วก็เรื่องทุนที่ไม่มีหมุนเวียน มันก็เป็นอุปสรรค ทำให้เรากลายมาเป็นคนที่บริหารเงินทุนให้สามารถใช้จ่ายหมุนเวียนได้เรื่อย ๆ จนพอที่จะอยู่ตัวได้ โดยการหมุนเวียนเงินจากรายรับที่เข้ามาแล้วก็นำมาหมุนเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ แล้วก็จะมีคุณยายซัพพอร์ตในบางช่วงที่ทางรีสอร์ทไม่มีลูกค้าเลย เราจะทำบัญชีแยกไว้ว่ายืมเงินคุณยายมาเท่าไร แล้วก็คืนคุณยาย”</p>
<p>3. โอกาสแห่งความสำเร็จ (Chances of success)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเรามาทำธุรกิจตัวเองมันก็มีความเสี่ยง แต่เรามีกำลังหรือว่ามีแรงที่จะทำให้ธุรกิจของเราสำเร็จได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “แล้วก็เห็นโอกาสเขา เหมือนไปประชุมแล้วเห็นเขาทำออนไลน์ แล้วก็เริ่มอยากเรียนบ้าง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 “คิดว่ามีความมั่นใจว่า เราทำธุรกิจแล้วจะประสบความสำเร็จและก็ได้ดีอยู่ในระดับที่มาก”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 “คิดว่าถ้าเกิดได้ทำธุรกิจแล้วก็จะสามารถทำได้ดี และประสบความสำเร็จได้ ขอเป็นระดับที่ 4 คือ ระดับมาก เพราะเราต้องมั่นใจไว้ก่อน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 “มีความมั่นใจว่า หากเราทำธุรกิจแล้วจะประสบความสำเร็จ และก็ได้ดีระดับ 4 ระดับมาก เพราะเรียนมาโดยตรงทางด้านนี้การตลาดโดยตรงเลย”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “คิดว่ามีความมั่นใจว่า เราทำธุรกิจแล้วจะประสบความสำเร็จและก็ได้ทำให้เต็ม 5 อยู่แล้ว เพราะต้องมั่นใจในตัวเองไว้ก่อน แต่การทำธุรกิจก็มีความเสี่ยงอยู่เยอะเหมือนกัน”</p>
4. การเตรียมความพร้อม (Preparation)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ไปลงเรียนการทำธุรกิจออนไลน์มาก่อน แล้วก็มาลองทำเพจดูก่อนที่จะเปิดธุรกิจ”</p>
5. วิธีปฏิบัติที่จำเป็น (Necessary practical)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “เพื่อนร่วมงานที่ไปเรียนนะคะ แล้วก็มาบอกสูตรอีกรอบ แต่ก็มาปรับปรุงอีกรอบนึงนะค่ะก็คือ มาคิดสูตรเพิ่มเติม</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มีอยู่ช่วงหนึ่งก็คือ ของธนาคาร ธกส. เขาจะให้แบบผู้ประกอบการรายใหม่ หรือว่าผู้ที่สนใจเข้าไปรวมอบรมที่โรงแรมทวินโลตัสที่นครศรีธรรมราชเข้ากับคุณพ่อค่ะ คุณพ่อชวนไป เขาให้ความรู้เกี่ยวกับทางการตลาดและก็ได้ใจหายได้ใจ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “อย่างนี้ที่ทำให้ได้มาทำธุรกิจนี้ เพราะว่าชอบเกี่ยวกับพวกเครื่องยนต์พวกรถด้วย พอเราชอบเราก็ดูนู่นดูนี่ รู้อะไร รู้ราคา รู้รุ่น รู้ว่ามันต้องทำยังไง ราคาเท่าไหน แล้วมันสอดคล้องกับธุรกิจก็คือ เรื่องราคาเรื่องการขาย มันก็เลยทำให้ชอบแล้วทำได้โดยอัตโนมัติ มีคอนเน็คชั่นเยอะ แล้วก็คิดว่ามีความรู้เรื่องรถเยอะ และมีความสามารถในการขับรถเยอะด้วย เพราะว่าขับรถได้หลายประเภท เครื่องจักรก็ขับได้ อะไรก็ขับได้ มีความรู้เรื่องราคา”</p>
6. การพัฒนาธุรกิจ (Development)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “ช่องทางการเพิ่มการค้าต้องการเพิ่มช่องทางการขายให้มากกว่านี้ ให้มันกว้างกว่านี้ให้เขารู้จักเราทั่วประเทศไทย ให้พ่อค้าเขารู้จักเรา แล้วเขาก็จะช่วยขายเรา”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “ก็แค่เอาจากที่เรียนมาต่อยอดคนนิด ๆ หน่อย ๆ มาต่อยอดเหมือนกับว่าวางแผนการตลาด ถ้าตรงนี้ขายไม่ได้เราก็ควรทำยังไง จัดโปรโมชั่นหรือว่าให้มีการเชียร์เบียร์ของเราในตรงนั้น เพราะถ้าตรงนั้นมันเป็นที่ยอดของคนอื่น เราก็เอาของเราไปจัดโปรโมชั่นตรงนั้นบ้าง”</p>

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านทุนทางจิตวิทยาด้วนบวก

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
1. ความหวัง (Hope)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “น่าจะเป็นการหาประสบการณ์เพราะว่าเรายังไม่เคยทำธุรกิจ น่าจะเป็นการที่เราฝึกทำบ่อย ๆ แล้วก็เหมือนบอกสูตรเดียวกันกับทุกคนแล้วก็ให้ทุกคน ทำไปพร้อมกันแล้วก็คือ ใช้สูตรเดียวกันคือ ไม่ยอมแพ้ ทำมาเรื่อย ๆ จนได้สูตรตอนนี้แล้ว”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “อยากประสบความสำเร็จในการขายของออนไลน์ให้ได้มากที่สุด”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “เรื่องคู่แข่งที่มีเพิ่มขึ้น ทำให้มีอุปสรรคในการได้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น ก็มาจัดการเรื่องสินค้าของเราให้ดีขึ้น”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ก็คือลูกค้า เพราะว่าลูกค้าช่วงนี้เขาก็ไม่ออกมาใช้จ่าย มันก็ทำให้เราขาดรายได้ตรงนี้ไป ส่วนอาหารพวกอาหารทะเลวัตถุดิบนี้มันก็เริ่มหายากนิดนึง ก็จะพยายามดึงลูกค้าให้เข้ามาในร้าน บางทีก็ทำเมนูใหม่ ทำโปร โมชั่นด้วย เช่น มา 3 จ่าย 2”</p>
2. การมองโลกในแง่ดี (Optimism)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “อยากประสบความสำเร็จในการขายของออนไลน์ให้ได้มากที่สุด แล้วก็เอาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า แล้วก็หาสิ่งที่ตอบโจทย์ของตัวเองทำแล้วมีความสุข แล้วก็ทำให้ลูกค้าอยากกลับมาหาเราได้อย่างต่อเนื่อง ๆ ”</p>
3. การฟื้นคืนพลัง (Resilience)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ในกรณีที่ลูกค้าไม่แอปปีกับรสนาตินั้น เราก็จะให้ลูกค้าได้ชิม แล้วถ้าลูกค้าไม่ชอบอีก ก็อาจจะทำใหม่จนกว่าลูกค้า ก็อยากประสบความสำเร็จ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “มันก็ต้องมีอุปสรรคบ้าง มีความล้มลุดคลานบ้างเหมือนกับว่า กว่าจะได้มาเป็นร้านแบบว่ามีคนทานอาหารทุกวัน เหมือนกับว่า ช่วงแรก ๆ ก็คือ คนยังไม่รู้จักจนทุกวันนี้มีลูกค้าเยอะขึ้น”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “เหนื่อยยากเศรษฐกิจแบบนี้ บังคับเขาก็ไม่ได้ เพราะคนที่ซื้อคือ ลูกค้าเขาไม่มีทุนที่จะซื้อ เราก็ไม่รู้จะทำยังไง จัดโปร โมชั่นก็แล้ว ก็ยังไม่ดีเหมือนเมื่อก่อน แต่ต้องทำเพราะยังมีหนี้”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	อยู่ และก็เพราะว่าเราเริ่มมานานแล้ว เมื่อก่อนเรามีคู่แข่งหลายคน จนเรามาเป็นที่หนึ่งของจังหวัด เราก็ถอยยากถอยไม่ได้”
4. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 “ชอบที่จะพูด ชอบที่จะขาย ชอบเชียร์ แบบเหมือนเพื่อนสนใจตัวนี้ปุ๊บก็จะเชียร์ให้ซื้อ ดินะ มันสวยนะ ลดราคาให้ได้นะ ชอบการจูงใจให้เขามาบอกว่าซื้อก็ได้ก็คือ ได้หลายคนแล้วในการพูดให้เขามาซื้อของเรา รู้สึกว่าขายได้แล้ว ประสบความสำเร็จ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็จากที่เป็นนักศึกษาแล้วตอนนี้เรียนจบแล้วคือมีความแตกต่างมากขึ้นก็คือ แบบมีความรับผิดชอบงานมากขึ้น มีความคิด มีความเป็นผู้ว่าเราจะต้องจัดสรรในการจัดการลูกน้องยังไง เหมือนกับว่าเราอย่าใช้อารมณ์ในการพูดจา เหมือนบางครั้งแบบลูกค้าอารมณ์ไม่ดีแล้วเหมือนกับสั่งอาหารผิด เราก็ต้องแบบปรับอารมณ์ให้แบบว่า เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงบริการที่ดี”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “เป็นคนที่ชอบค้าขาย สนุกดี เมื่อก่อนก็เคยขึ้นรถเซลล์ไปขายของตามร้านค้าเหมือนกัน พูดให้เขาซื้อพอเขาซื้อก็รู้สึกดี”</p>

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านแนวโน้มของการชอบความเสี่ยง

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
1. กล้าได้กล้าเสีย (Act boldly)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “การลงทุน ก็ตอนนี้เศรษฐกิจก็แย่อยู่ แต่ว่าเราก็ต้องอยากเสี่ยง อยากลองลงทุนดู เพื่อว่าจะไปรอด”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “ความท้าทายคือ เราจะต้องหาลูกค้าให้ได้ในแต่ละวัน การเป็นผู้ประกอบการคือ เราไม่รู้เลยว่าลูกค้าจะมาเราเมื่อไหร่ อยู่ที่ว่าเรา ส่วนมากเราจะต้องเดินหาลูกค้ามากกว่า อาจจะแบบไปขอลูกค้าจากอีกร้านหนึ่งมาบ้าง ได้คอนแทคจากเขามาบ้าง ก็แบ่งมา บางทีร้านเขาของไม่พออะไรแบบนี้ บางทีร้านเราของไม่พอก็จะส่งไปร้านเพื่อนบ้าง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “มีความเสี่ยงเหมือนกับเป้าหมายของบริษัทที่ตั้งให้เรา เหมือนกับเขาตั้งยอดเป้าหมายให้เราถ้าเราทำได้ก็เราจะได้ยอดของแถมมาเยอะ แต่ถ้าทำไม่ได้ เขาก็จะบังคับให้เราซื้อให้ได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 “การทำธุรกิจน่าสนใจ ถ้าเราไม่ลองก็จะไม่รู้ หากเราไปลงทุนแล้วพลาดก็ไม่ค่อยดีเท่าไรหรอก แต่ถ้าไม่ลองก็ไม่ว่า เราจะได้สำเร็จจากการทำธุรกิจตรงนั้น เลือกว่าจะลอง”</p>
2. ลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูง (Invest for high return)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ถ้าเรามาทำธุรกิจตัวเองมันก็มีความเสี่ยง แต่เรามีกำลังหรือว่ามีแรงที่จะทำให้ธุรกิจของเราสำเร็จได้”</p>
3. กล้าเสี่ยงทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ (Bold action by unknown)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “คุณพ่อช่วยพูดช่วยอธิบายในส่วนที่แบบอย่างกว่า การลงทุนมันก็ต้องเสี่ยงนะ มันก็ต้องอย่าไปหวังว่า จะเอากำไรอย่างเดียว ก็ต้องลงทุนต้องลองถึงจะได้ไม่ได้ก็ต้องลอง คงเป็นความคิดตั้งใจลงมือทำก่อนเพื่อจะประสบความสำเร็จ และอยากลองด้วย”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “อาจจะเป็นเรื่องราคาของในแต่ละวันด้วย เพราะว่าราคาจะขึ้น ๆ ลง ๆ อยู่ตลอดเวลา อาจจะเป็นเรื่องสภาพแวดล้อมมากกว่า ดินฟ้าอากาศ ปลาสดน้ำมันอ่อนไหว อ่อนโยนมาก บางทีโดนลมโดนแดดชนิดเดียวก็อาจจะป่วยได้ ทำให้พันธุ์ปลาที่เราลงทุนไปแบบเกือบ 100 ตัว บางทีอาจจะได้สัก 80 ตัว หรือ 70 ตัว แบบนี้เราก็ขาดทุนแล้วเหมือนกัน”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
4. การชอบใช้วิธีการใหม่ ๆ (Tend to use new method)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “ก็จะอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ไม่อยากทำอะไรซ้ำ ๆ ทุกวัน ความท้าทายคือ เหมือนอาจจะเจอคู่แข่ง แล้วก็เราจะทำยังไงให้เราสู้คู่แข่งได้ เราต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ทำยังไงให้ลูกค้าสนใจเพลงเรามากกว่าเพลงคนอื่น ความท้าทายนี้ก็ดีเหมือนกัน เพราะว่าเราได้เป็นแรงกดดันให้ตัวเองมีความพยายาม แล้วก็ทำให้เราที่จะเรียนรู้มากกว่าเดิม ไม่หยุดอยู่ที่เดิมต้องพัฒนาอยู่เรื่อย ๆ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “ความท้าทายจะทำให้เราได้เริ่มต้นทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อที่เราจะได้ปรับตัวในอนาคต ถ้าเกิดอะไรขึ้นเราจะได้นำตรงนี้ไปปรับใช้”</p>
5. กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ (Like to do something new)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “คงเป็นความคิด ตั้งใจลงมือทำก่อนเพื่อจะประสบความสำเร็จ อยากลองด้วย”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “ชอบกิน ชอบสรรหาของกิน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “สนุกกับความท้าทายมากกว่า เพราะที่เราทำไปไม่รู้ว่าเขาจะสนใจหรือไม่สนใจ มันต้องเสี่ยงดู คิดว่าเป็นคนที่ตัดสินใจอะไรที่เร็ว กล้าคิดกล้าทำ ไม่กลัวความเสี่ยง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 “แล้วก็มาลองไปเรียนแล้วก็มาลองทำเพลง ก็ทำผิดทำถูก ก็ชอบความท้าทาย แต่ว่ามีความกดดันบ้าง”</p>
6. การเคยได้ทำสิ่งที่ท้าทาย (Ever made a challenge)	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “เสี่ยงทุกวันเลย รู้สึกว่าท้าทายคือ การขาย ถ้าเราแข็งแกร่งจริงเราก็จะขายได้ แล้วมันก็จะเป็นการติดต่อเรานั้นคือความท้าทาย ถ้าเรามีคอนเนกชันที่ดี เรามีเครดิตที่ดี เราก็จะขายได้เยอะ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 “เป็นคนที่เป็นคนใจร้อนหน่อย คิดแล้วก็ต้องทำเลย ประมาณแบบว่า ชอบแบบนี้อายุก็ได้แบบนี้ซื้อเลย อยากทำอันนี้ ทำเลยมากกว่า ทำให้ได้ถึงว่าจะเจ็บก็ต้องทำ ถือว่าเราได้ลองคิดว่าเราอยู่เฉย ๆ แล้วเราฟังเพื่อนพูดเราก็ไม่เข้าใจ เราทำเองเรารู้มากกว่าเพื่อนคิดว่าเรานั่งฟังคนอื่นพูด แล้วเราไม่รู้เรื่อง บางทีเราลองทำดูแล้ว ถึงมันจะเจ๊งหรือว่ามันจะยังไง เราทำมาแล้ว เราได้รู้ได้บอกคนอื่นได้ว่ามันเวิร์กหรือไม่เวิร์กยังไง”</p>

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านปัจจัยอื่น ๆ

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
<p>1. ภูมิหลังของบุคคล (Personal background)</p> <p>1.1 ทู น ม นุ ษ ย์ (Human capital)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “เราไปเรียนมาจากกรุงเทพ แต่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงานที่ไปเรียนแล้วก็มาบอกสูตรอีกรอบ”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 “ก็คือ เหมือนกับเราเรียนมาทางด้านตรงคือทางผู้ประกอบการ แล้วเราก็สามารถมาจัดสรรวางแผนในการเปิดร้านว่า วันนี้มีลูกค้าประเภทไหนมา เหมือนกับเสาร์อาทิตย์จะมีลูกค้าแบบต่างจังหวัดมาเที่ยวก็แบบจะทำอาหารให้เพิ่มมากขึ้น ซื่อวัตถุดิบให้เพิ่มมากขึ้น และจากที่เราได้เรียนสาขานี้เป็นประโยชน์ต่อหนูมาก เพราะว่าก็คือ เหมือนกับตอนที่ได้มีการออกนุชขายของก็คือ เหมือนกับเราสามารถขายของได้จริง เราได้รู้ว่ารายรับรายจ่าย ขายได้หรือไม่ได้ กำไรเพิ่มหรือว่าขาดทุน ก็กลับมาใช้ในตอนนี้ก็คือ ใช้ได้ดีขึ้นก็คือ มีการจัดการมีการวางแผนที่ดี เพื่อที่จะไม่ให้เสียกำไรหรือว่าขาดทุน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “นำจากที่เรียนมาต่อยอดนิด ๆ หน่อย ๆ”</p>
<p>1.2 ทู น ท ร ี พ ย์ (Asset capital)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “ก็อาจจะจะเป็นพื้นที่ดีก็จริง เราปล่อยทิ้งไว้แล้วมันไม่เกิดประโยชน์แล้วเราก็เพิ่งเรียนจบแล้ว ก็ไม่ออกไปทำงาน เป็นลูกจ้างประจำ ก็เลยคิดว่าการที่เราจะปล่อยทิ้งไว้ เราก็เลยมาทำธุรกิจให้มันเกิดขึ้นมา”</p>
<p>1.3 คุ ณ ลั ก ษ ณะ ของ ผู้ ป ระ ก อ บ ก า ร (Entrepreneurial orientation)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “เป็นคนตั้งใจ มุ่งมั่น ขยัน อดทน”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 “เป็นคนที่มีบุคลิกมีความน่าเชื่อถือ มีความมุ่งมั่น แล้วก็ที่สำคัญก็มีความตั้งใจจริง”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 “เป็นคนที่มีพุดชัดเจนคือ อยู่ตรงนี้ต้องพุดชัดเจนกับใครก็ตาม ต้องพุดชัดเจน รับผิดชอบในคำพุด เราเป็นพ่อค้าเราต้องพุดคำไหนคำนั้น มีไหวพริบสามารถตัดสินใจเฉพาะหน้ารวดเร็ว แก้ไขปัญหาได้”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 “เป็นผู้ใหญ่ ดูเหมือนเป็นคนโตกว่าเขา มีความคิดที่สูงกว่าเขา อายุเท่ากันบางคนยังเที่ยว แต่เราไม่ได้เที่ยวเหมือนเขา เราต้องทำงาน วางแคว้นอาทิตย์ แต่คนอื่นเขาเที่ยว เขายังไม่มีงานทำ”</p>

องค์ประกอบ	ผู้ให้ข้อมูล
	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 “บุคลิกของก็จะจะเป็นความทะเยอทะยาน การรับฟัง แล้วจะเป็นคนที่ใช้เหตุผลในการคุยมากกว่า และเป็นคนที่ถ้ารู้ว่าตัวเองต้องทำก็จะทำเต็มที่ อย่างน้อยจะได้ไม่ต้องเสียใจเพราะเราทำมันเต็มที่แล้ว”</p>
<p>1.4 บุคคลต้นแบบ (Role model)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “เน็ตไอดอลที่เขาประสบความสำเร็จคือ เห็นเขา ณ จุดนั้นว่า เขาอายุน้อยกว่าเรา แต่เขาสามารถที่จะประสบความสำเร็จในการค้าขายออนไลน์ได้ ซึ่งเราก็ดูแล้วก็อยากจะทำให้ได้ของเขา”</p>
<p>2. บริบทภายนอกด้านสถานะเศรษฐกิจ (External context of economic)</p>	<p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 “ก็ตอนนี้เศรษฐกิจก็แย่อยู่ แต่ว่าเราก็ต้องอยากเสี่ยง อยากลองลงทุนดู เพื่อว่าจะไปรอด”</p> <p>ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 “ทำทนายสุด ๆ ก็คือ เศรษฐกิจช่วงนี้ตกต่ำ คนก็ออกมาใช้จ่ายน้อยลง เขาก็ไม่ค่อยออกมาซื้ออาหาร มันก็เป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เพราะว่าถ้าว่าถ้าเราไม่ทำธุรกิจเป็นของตัวเองมาเป็นลูกจ้าง แล้วก็มีความเสี่ยงเหมือนกันที่จะโดนไล่ออกจากงาน”</p>