

คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Influence of Characteristics on Entrepreneurial Intention: A Case Study of Business Administration Students, Chiang Mai Rajabhat University

วันที่รับบทความ : 31/07/2019

ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ*

วันที่แก้ไขบทความ : 18/08/2019

Phathranit Sornsermsombut*

วันที่ตอบรับบทความ : 10/06/2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และเพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ:กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 272 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยและวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เรียนในหลักสูตรการจัดการ ไม่ได้มีพ่อแม่หรือผู้ปกครองเป็นผู้ประกอบการ และมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ผลการจัดกลุ่มปัจจัยคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ พบว่าสามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน (2) แรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ (3) การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (4) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ และ (5) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน

*บช.ด. (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยนเรศวร (2560), ปัจจุบันเป็นอาจารย์ ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

*D.B.A. (Business Administration) Naresuan University, (2017). Currently a Lecturer in Business Administration Department, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University.

ผลการทดสอบอิทธิพลของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ พบว่า คุณลักษณะทั้ง 5 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 36.20 ($R^2 = 0.362$)

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

This quantitative research aimed to categorize the characteristic factors related to entrepreneurial intention, and to examine the influence of characteristics on entrepreneurial intention. The questionnaire was used in data collection with 272 fourth-year students in Bachelor of Business Administration at Chiang Mai Rajabhat University. The descriptive statistics for data analysis were percentage and mean, while inferential statistics were Factor Analysis and Binary Logistic Regression.

The results showed that most of student respondents were female, studying in the Management Program, their parents or guardians were not entrepreneurs and they showed intention to be entrepreneurs.

The categorization of characteristics related to entrepreneurial intention constituted 5 factors i.e. (1) Belief in Self Innovativeness; (2) Aspiration to Independence; (3) Optimistic Attitude towards Uncertainty and Risk; (4) Need for Achievement; and (5) Internal Locus of Control.

The test of influence of characteristics on entrepreneurial intention revealed 5 characteristic factors positively influence on entrepreneurial intention. The combination of these characteristic factors showed 36.20% ($R^2 = 0.362$) prediction for entrepreneurial intention.

Keywords : Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Intention

บทนำ

สำหรับประเทศไทยแล้วผู้ประกอบการเปรียบเสมือนกุญแจสำคัญในการฟื้นฟู เสริมสร้าง และพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาความยากจน ตลอดจนพัฒนาสังคมของประเทศให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เติบโต โดยในปี พ.ศ. 2561 สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้ถึงร้อยละ 42.4 ในขณะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศได้ร้อยละ 43.0 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานถึงร้อยละ 62.14 ของการจ้างงานทั้งหมด ส่วนวิสาหกิจ ขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการจ้างงานเพียงร้อยละ 37.82 เท่านั้น The Office of SMEs Promotion, (2018) ดังนั้นจากบทบาทของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความ สำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศไทยหน่วยงานภาครัฐจึงได้มีนโยบายในการสนับสนุนการสร้าง ผู้ประกอบการรายใหม่ด้วยการผลักดันให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจ (Business Start-up) Thailand Development Research Institute, (2016) ผนวกกับแรงผลักดันจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่พยายามนำเสนอข้อค้นพบในการศึกษาด้านผู้ประกอบการ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการ วิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Cassar, (2014) ซึ่งใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยา มาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ เนื่องจากทฤษฎีทางจิตวิทยาสามารถจำแนกความแตกต่าง ระหว่างผู้ประกอบการกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจน Josien, (2012) และยังสามารถอธิบายถึงสาเหตุที่ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองต่อโอกาส ทางธุรกิจได้ในขณะที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถตอบสนองต่อโอกาสนั้นได้ Shane, (2003) แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อถกเถียงกันถึงข้อค้นพบของการศึกษาที่ยังไม่สอดคล้องกัน ในบางประเด็น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นแรกคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วยอะไรบ้างโดย Karabulut, (2016) และ Sidek & Zainol, (2011) พบว่า คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการประกอบ ไปด้วย 4 คุณลักษณะ ได้แก่ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทน ต่อภาวะคลุมเครือและความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการพบว่า ยังมีคุณลักษณะอื่นที่สำคัญหรือส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการอีก นั่นคือ ทักษะที่ดี ต่อความแปลกใหม่แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ และทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012)

ประเด็นที่สอง คือ ความไม่สอดคล้องกันของผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการ โดยนักวิชาการอื่น ๆ พบว่า มีบางคุณลักษณะที่ไม่ได้ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จที่ศึกษาโดย Koh, (1996) และ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) ความกล้าเสี่ยงที่ศึกษาโดย Brockhaus, (1980) Josien, (2012) และ Tyszka, Cie'slik, Domurat & Macko, (2011) ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือที่ศึกษาโดย Gu'rol & Atsan, (2006) และ Gurel, Altinay & Daniele, (2010) และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนที่ศึกษาโดย Koh, (1996) Gurel, Altinay & Daniele, (2010) และ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) จึงยังเป็นข้อถกเถียงที่ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

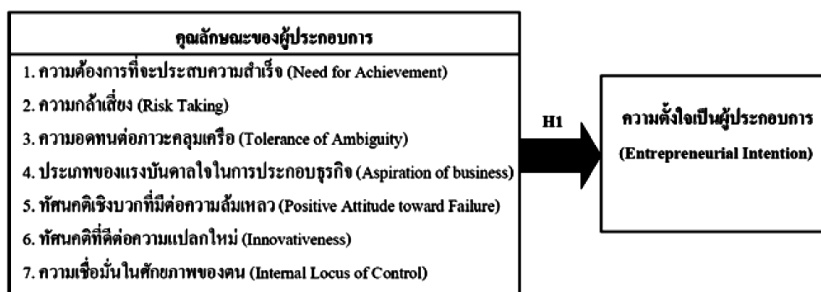
ประเด็นที่สาม คือความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ โดยส่วนใหญ่อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามจากผู้ประกอบการมักจะได้อีกกลับมาเพียงร้อยละ 15 Karabulut, (2016) อย่างไรก็ตามนักวิชาการกลับพบว่า การศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการไม่จำเป็นที่จะต้องศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการจริงเท่านั้น แต่สามารถศึกษากับบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการซึ่งยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการจริงก็ได้ โดยส่วนใหญ่มักเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 และ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012); Quan, (2012) เนื่องจากความตั้งใจมีความสำคัญต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคตดังนั้นผลการศึกษาเกี่ยวกับบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจึงมีความคล้ายคลึงกับการศึกษากับผู้ประกอบการจริง ประกอบกับการศึกษากับกลุ่มนักศึกษาจะช่วยลดข้อจำกัดในประเด็นความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม Gu'rol & Atsan, (2006); Gurel, Altinay & Daniele, (2010); Mueller & Thomas, (2001) สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักศึกษานั้นหน่วยงานที่ใกล้ชิดที่สุดก็คือสถาบันการศึกษาซึ่งถือเป็นภาคส่วนที่สำคัญในการสร้างและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประเทศเนื่องจากสถาบันการศึกษามีส่วนในการบ่มเพาะบัณฑิตที่ให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพภายหลังจากจบการศึกษา The Secretariat of The House of Representatives, (2015) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่เป็นสถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ และมียุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างผู้ประกอบการให้กับท้องถิ่นดังเห็นได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่มีอย่างต่อเนื่องของนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ในอนาคตซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป Chiang Mai Rajabhat University, (2019)

ด้วยเหตุผลของข้อถกเถียงที่ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษานักบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยคุณลักษณะที่ทำการศึกษาประกอบไปด้วย ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ทักษคติเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว ทักษคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งได้ดำเนินการทดสอบกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ที่ยังคงสภาพอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 272 ราย ทั้งนี้เพื่อช่วยลดข้อจำกัดในประเด็นความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยผลการวิจัยสามารถช่วยเสริมสร้างความเข้าใจถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อค้นพบมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษานักบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษานักบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) : คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) เป็นสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่บ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง และมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจนั้นในอนาคต Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) นอกจากนี้ Karabulut, (2016) ยังพบอีกว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะแสดงให้เห็นถึงเจตนาของบุคคลในการเลือกประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมักจะขอวิเคราะห์ความเสี่ยงทางธุรกิจและรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจเพื่อเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง ดังนั้นการศึกษาสภาวะทางจิตใจดังกล่าวจึงถือเป็นส่วนสำคัญในการทำความเข้าใจกระบวนการที่บุคคลก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ เพราะความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต Ajzen, (1991) อาจกล่าวได้ว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเป็นจุดกำเนิดของพฤติกรรมที่อยากเป็นผู้ประกอบการโดยการวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถวัดได้ด้วยข้อคำถามเดียวคือ มีความสนใจหรือมีการวางแผนที่จะสร้างกิจการของตนเองในอนาคตหรือไม่ Karabulut, (2016) เนื่องจากบุคคลที่มีการวางแผน หรือมีการเตรียมความพร้อมมักจะมุ่งไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง Pruet, (2012)

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) คุณลักษณะของบุคคลจะส่งผลให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความสามารถที่จะแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ หากบุคคลมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันแล้ว ย่อมจะมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมในสถานการณ์เดียวกันแตกต่างกันด้วย ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีโอกาสที่เหมือนกัน มีทักษะที่เหมือนกัน มีข้อมูล และต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เหมือนกันก็ตาม Shane, (2003) การวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการตั้งอยู่บนพื้นฐานทฤษฎีด้านจิตวิทยา Tyszka, Cie ´slik, Domurat & Macko, (2011) เนื่องจากทฤษฎีทางจิตวิทยาช่วยจำแนกความแตกต่างของลักษณะบุคคลระหว่างผู้ประกอบการและบุคคลที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการได้ Åstebro & Thompson, (2011) ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจจากนักวิชาการต่าง ๆ ประกอบไปด้วย 7 คุณลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) เป็นแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลต่อสู้เพื่อความสำเร็จด้วยความมุ่งมั่นพยายาม ถึงแม้ว่าจะเผชิญกับความยากลำบากก็ตาม Tang & Tang, (2007) โดย McClelland, (1973) เป็นบุคคลแรกที่ได้ศึกษาความต้องการที่จะประสบความสำเร็จกับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งพบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่จะประสบความสำเร็จกับกิจกรรมการประกอบธุรกิจ และมีการศึกษาการต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนข้อค้นพบของ McClelland โดยพบว่า ความต้องการประสบความสำเร็จเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ และยิ่งบุคคลมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ Chen, Su & Wu, (2012) ; Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen & Mohd, (2011) ยิ่งไปกว่านั้นยังพบอีกว่า บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ Karabulut, (2016)

แต่ถึงกระนั้นก็ตามมีนักวิชาการบางรายกลับพบว่า ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่มีความตั้งใจและไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012); Koh, (1996)

ดังนั้นจึงยังไม่มียุทธวิธีที่ชัดเจนถึงความต้องการที่จะประสบความสำเร็จส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร เนื่องจากมีทั้งข้อสนับสนุน และการปฏิเสธถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

2.2 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) เป็นความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ Brockhaus, (1980) เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถรู้ถึงอนาคตได้ว่าสินค้าหรือบริการที่จะผลิตออกสู่ตลาดนั้นตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ และจะสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการหรือไม่ Shane, (2003) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิชาการต่าง ๆ ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ความกล้าเสี่ยงเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ โดย Karabulut, (2016) และ Gurel, Altinay & Daniele, (2010) พบว่า ยิ่งบุคคลมีความกล้าเสี่ยงยิ่งมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ Gurol & Atsan, (2006) และ Koh, (1996) ที่พบว่า บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะมีความกล้าเสี่ยงสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความกล้าเสี่ยงเป็นคุณลักษณะประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ Gurol & Atsan, (2006) ; Gurel, Altinay & Daniele, (2010); Karabulut, (2016)

ในขณะที่ Josien, (2012) กลับพบว่า ความกล้าเสี่ยง ไม่ได้ส่งผลต่อแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) ที่พบว่า ความกล้าเสี่ยงของบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและบุคคลที่ไม่มี ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความกล้าเสี่ยงไม่ใช่ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ Brockhaus, (1980); Tyszka, Cie´slik, Domurat & Macko, (2011)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่ามีทั้งข้อสนับสนุน และการปฏิเสธว่า ความกล้าเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จึงยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบถึงความกล้าเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาค้างนี้

2.3 ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ (Tolerance of Ambiguity) เป็นการที่บุคคล รับรู้ว่าการสถานการณ์ที่คลุมเครือไม่มีความชัดเจนในการดำเนินธุรกิจนั้น เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ มีความท้าทาย น่าสนใจ และลงมือปฏิบัติได้ มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิชาการ ต่างๆ ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือเป็นคุณลักษณะสำคัญของ ผู้ประกอบการ โดย Okhomina, (2010) และ Acedo & Jones, (2007) พบว่ายิ่งบุคคลมี ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ ยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากความอดทน ต่อภาวะคลุมเครือจะช่วยให้ผู้ประกอบการรับมือกับสถานการณ์ที่กดดันได้ นอกจากนี้ Koh, (1996) ยังพบว่า ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการเนื่องจากบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการจะมีความอดทนต่อภาวะคลุมเครือสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ

แต่อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการบางราย ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ความอดทน ต่อภาวะคลุมเครือเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการเนื่องจากผลการศึกษาพบว่าความ อดทนต่อภาวะคลุมเครือไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) และระดับความอดทนต่อภาวะคลุมเครือของบุคคลที่มี ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ กับ บุคคลที่ไม่มีมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ไม่แตกต่างกัน Gurol & Atsan, (2006); Gurel, Altinay & Daniele, (2010)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงระดับความอดทน ต่อภาวะคลุมเครือส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากมีทั้ง ข้อสนับสนุน และการปฏิเสธถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบ เพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาค้างนี้

2.4 แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (Aspiration of Business) เป็นเหตุผลว่าเหตุใดบุคคลจึงก้าวเข้าไปเป็นผู้ประกอบการ โดยทั่วไปแล้วมักจะมาจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยเชิงบวกที่บุคคลถูกดึงดูดให้เข้าไปเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระ หรือเป็นเจ้าของตนเอง

ความปรารถนาที่จะสร้างความมั่งคั่งทางการเงิน และความปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบาย และปัจจัยผลัก (Push Factors) เป็นปัจจัยเชิงลบที่บุคคลถูกผลักให้เข้าไปเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมาจากมุมมองของความผิดหวังในสภาพแวดล้อมของการทำงาน ในปัจจุบัน ได้แก่ ความไม่พึงพอใจกับการจ้างงาน การว่างงาน และความไม่ก้าวหน้าในอาชีพ Walker & Webster, (2007) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ พบว่า แรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อแนวโน้มการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ นั้นคือ ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเนื่องจากผู้ประกอบการมักจะชอบกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยตนเอง ตัดสินใจด้วยตนเอง และดำเนินการด้วยวิธีการของตนเองมากกว่าที่จะพึ่งพาคนอื่น Ateljjevic & Doome, (2000); Gupta & York, (2008); Tyszka, Cie'slik, Domurat & Macko, (2011)

ในขณะที่มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิชาการอื่นกลับพบว่า ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระไม่ได้เป็นแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ แต่กลับเป็นการสร้างความท้าทายทางธุรกิจที่เป็นแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ Basu, (2004); Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen & Mohd, (2011); Sornsermsombut, Rurkwararuk, Daengbuppha, and Pooncharoen, (2017); Szivas, (2001) และยังมีแรงจูงใจอื่นที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการนั้นคือ ความปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น Basu, (2004); Getz & Carlsen, (2000); Szivas, (2001)

ดังนั้นจึงยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนถึงประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากมีผลการศึกษาที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

2.5 ทักษคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว (Positive Attitude toward Failure) เป็นความรู้สึกและความคิดเห็นที่ยอมรับได้ว่าความล้มเหลวทางธุรกิจเป็นเรื่องธรรมชาติและสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ Stokes & Blackburn, (2002) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่าง ๆ ให้การสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ทักษคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการโดยผลการศึกษาพบว่า ทักษคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวมีอิทธิพลต่อการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen & Mohd, (2011) ; Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido & Ruiz-Navarro, (2012)

เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าความล้มเหลวเป็นเรื่องธรรมชาติ และความล้มเหลวยังเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดี และยังผู้ประกอบการเคยมีประสบการณ์ในการเริ่มต้นธุรกิจมาแล้ว ยังมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวมากขึ้น Politis, (2008)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าทัศนคติเชิงบวกต่อความล้มเหลวส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

2.6 ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ (Innovativeness) เป็นความคิดเห็นหรือมุมมองที่ดีต่อการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ หรือพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา โดยต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานของการพัฒนา ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ Hjalager, (2010) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิชาการต่างๆ

ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ โดย Gurel, Altinay & Daniele, (2010) และ Mueller & Thomas, (2001) พบว่า ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ยิ่งบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ ยิ่งมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่เป็นเสมือนแรงจูงใจให้บุคคลมาเริ่มต้นธุรกิจ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) และผู้ประกอบการจะมองเห็นโอกาสจากความแปลกใหม่ ในขณะที่บุคคลอื่นยังมองไม่เห็น Ardichvili, Cardozo & Ray, (2003) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gu'rol & Atsan, (2006) และ Koh, (1996) ที่พบว่า บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่สูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

2.7 ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (Internal Locus of Control) เป็นความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมของตนมีสาเหตุมาจากตนเอง และตนเองสามารถที่จะควบคุมสิ่งที่เกิดขึ้นในธุรกิจได้ Hansemark, (2003); Sidek and Zainol, (2011) มากกว่าที่จะเชื่อว่าพฤติกรรมของตนมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก (External Locus of Control) ได้แก่ ความโชคดียุติธรรมความบังเอิญ มาจากสถานที่ ๆ เหมาะสม ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และมาจาก

อิทธิพลของบุคคลอื่น ดังนั้น หากบุคคลมีความเชื่อที่มีความแตกต่างกันยังทำให้บุคคลมีรูปแบบพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไป Gu'rol & Atsan, (2006); Karabulut, (2016); Nga & Shamuganathan, (2010) มีผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของนักวิชาการต่างๆ ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ โดย Karabulut, (2016) และ Mueller & Thomas, (2001) พบว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนสูงจะมีความกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตนเพราะเชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจได้ และการทำงานมักจะขึ้นอยู่กับตนเอง Sidek & Zainol, (2011) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ Gu'rol & Atsan, (2006) ที่พบว่าบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนสูงกว่าบุคคลที่ไม่มี ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ Gu'rol & Atsan, (2006); Karabulut, (2016); Mueller & Thomas, (2001)

ในทางกลับกันมีผลการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิชาการอื่นกลับพบว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่ได้เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ โดย Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) และ Koh, (1996) พบว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gurel, Altinay & Daniele, (2010) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่ได้เป็นคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่มีความตั้งใจและไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนไม่ได้เป็นคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลที่มีแนวโน้มหรือมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลที่ไม่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ

ดังนั้นจึงยังไม่มียุทธวิธีที่ชัดเจนถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร เนื่องจากมีทั้งข้อสนับสนุนและการปฏิเสธถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทดสอบเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาครั้งนี้

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาระดับ

ปริญญาตรีบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 926 รายจากฐานข้อมูลจากสำนักทะเบียนและประมวลผลมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ Office of the Registrar Chiang Mai Rajabhat University, (2019) และคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณของ Krejcie & Morgan, (1970) กรณีทราบจำนวนประชากรที่มีการกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 272 รายดังแสดงตารางแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจ	จำนวนนักศึกษา			สัดส่วน (%)		จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	รวม
การจัดการ	104	286	390	26.67	73.33	31	84	115
ธุรกิจระหว่างประเทศ	10	32	42	23.81	76.19	3	9	12
การตลาด	75	142	217	34.56	65.44	22	42	64
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	12	68	80	15.00	85.00	4	20	23
การเป็นผู้ประกอบการ	12	18	30	40.00	60.00	4	5	9
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	98	69	167	58.68	41.32	29	20	49
รวม	311	615	926			91	181	272

ที่มา: Office of the Registrar Chiang Mai Rajabhat University, (2019)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Form) และ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย และ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งข้อคำถามคุณลักษณะทั้ง 7 ของผู้ประกอบการได้รับการพัฒนามาจากนักวิชาการต่าง ๆ และผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนข้อคำถาม และแหล่งที่มาของข้อคำถามคุณลักษณะทั้ง 7 ของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะ	จำนวนข้อคำถาม	แหล่งที่มาของข้อคำถาม
1. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ	6	Littunen, (2000)
2. ความกล้าเสี่ยง	5	Sidek&Zainol, (2011)
3. ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ	4	Acedo&Jones, (2007)
4. แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ	6	Getz & Carlsen, (2000)
5. ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว	5	Politis, (2008)
6. ทักษะคิดที่ดีต่อความแปลกใหม่	6	Mueller & Thomas, (2001)
7. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน	6	Mueller & Thomas, (2001)
รวม	38	

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ราย ซึ่งได้คำนวณความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) สูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่า ข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามออกไปทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) โดยมีผลการวิเคราะห์เท่ากับ 0.868 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ Nunnally, (1978)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานเพื่อใช้ในการทดสอบตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary Logistic Regression)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 พบว่านักศึกษาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.41 โดยส่วนใหญ่เรียนในหลักสูตรการจัดการ ร้อยละ 42.12 ไม่ได้มีพ่อแม่หรือผู้ปกครองเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 62.50 และมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 60.83

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะทั้ง 7

คุณลักษณะ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ	4.07	1.10	เห็นด้วย
2. ความกล้าเสี่ยง	4.09	1.04	เห็นด้วย
3. ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ	4.11	1.03	เห็นด้วย
4. แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ	3.97	1.11	เห็นด้วย
5. ทักษคติเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว	3.59	1.03	เห็นด้วย
6. ทักษคติที่ดีต่อความแปลกใหม่	3.72	0.99	เห็นด้วย
7. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน	3.78	1.04	เห็นด้วย

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะทั้ง 7 พบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับคุณลักษณะด้านความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.11 รองลงมา คือ เห็นด้วยกับความกล้าเสี่ยง มีค่าเฉลี่ย 4.09 และน้อยที่สุด คือ เห็นด้วยกับทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว มีค่าเฉลี่ย 3.59

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 7 คุณลักษณะมาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อคำถามที่อยู่ภายในปัจจัยเดียวกันมีความสอดคล้องกันและข้อคำถามควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคมาทดสอบทีละปัจจัยจนครบ 7 ปัจจัย โดยพบว่า ไม่มีปัจจัยใดเลยที่มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือ 0.7 เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาแล้วจากนักวิชาการต่าง ๆ Nunnally, (1978) ถึงแม้ว่าจะตัดข้อคำถามที่จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นไปแล้วก็ตาม ดังนั้นจึงควรทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ต่อไป

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ ด้วยวิธีทางสถิติในการรวมกลุ่มข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน โดยเลือกใช้การสกัดปัจจัยแบบวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Method) ทำให้ทราบค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการพิจารณาว่ามีข้อคำถามใดบ้างที่ควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน และควรมีค่าน้ำหนักปัจจัยตั้งแต่ 0.35 ขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่างจำนวน 250-349 ราย Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, (2006) และเลือกการหมุนแกนปัจจัยแบบวิธี Direct Oblimin เป็นการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) โดยวิธี Direct Oblimin จะอนุญาตให้ปัจจัยสามารถสัมพันธ์กันได้

Vanichbuncha, (2011) จึงเหมาะกับการวิจัยในสังคมศาสตร์ ดังเช่นการวิจัยในครั้งนี้ ต่อจากนั้นนำปัจจัยที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคมาทดสอบทีละปัจจัย โดยพิจารณาว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือ 0.6 ขึ้นไป เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่ด้วยการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ ถ้าค่ายังไม่ผ่านเกณฑ์ให้พิจารณาคัดข้อคำถามที่จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นมากที่สุดก่อน โดยทยอยตัดทีละข้อคำถาม แล้วนำข้อคำถามที่เหลือย้อนกลับไปที่ข้อปัจจัยหมุนแกนปัจจัย และหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคใหม่จนกว่าจะได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.6 ในทุกปัจจัย George & Mallery, (2003)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

คุณลักษณะ	ถ่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)	ค่าความแปรปรวน ของปัจจัย (% Variance Explained)	ค่าแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)
1. ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน (Belief in Self Innovativeness)		17.921	0.933
1.1 ท่านมักจะทำให้คนประหลาดใจกับความคิดที่แปลก ใหม่ของท่าน	0.841		
1.2 ท่านจะมีความสุขถ้าได้สร้างสิ่งแปลกใหม่ขึ้นมา	0.792		
1.3 ท่านชอบงานที่ต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ของตัวเอง	0.762		
1.4 ท่านอาจจะเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์บ้าง	0.704		
1.5 ท่านชอบที่จะทดลองวิธีการที่หลากหลาย ในการกระทำกับสิ่งเดียวกัน	0.698		
1.6 ท่านไม่จำเป็นต้องทำงานด้วยวิธีการเดิมๆ ตามที่ ได้รับการสั่งสอนมา	0.616		
2. แรغبันดลใจที่จะมีอิสระ (Aspiration to Independence)		14.471	0.943
2.1 ท่านปรารถนาที่จะมีอิสระ หรือเป็นเจ้านายตนเอง	0.774		
2.2 ท่านปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นกว่าเดิม	0.737		
2.3 ท่านปรารถนาที่จะทำเงินให้ได้มากขึ้น	0.685		
2.4 ท่านปรารถนาที่จะได้รับการยกย่องจากการดำเนิน ธุรกิจ	0.643		
2.5 ท่านมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ	0.633		

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)	ค่าความแปรปรวน	
		ของปัจจัย (% Variance Explained)	ค่าแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)
2.6 ท่านปรารถนาที่จะสร้างความท้าทายให้กับตนเอง	0.587		
3.การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (Optimistic Attitude towards Uncertainty and Risk)		12.972	0.849
3.1 ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนในที่ทำงาน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของตัวท่านเอง	0.707		
3.2 ท่านไม่รู้สึกรำคาญเมื่อเจอกับเหตุการณ์ไม่คาดคิด ซึ่งมาทำลายแผนการของท่าน	0.633		
3.3 ท่านสนุกกับการทำงานในสถานการณ์ที่มีความ ความไม่แน่นอนเนื่องจากกระตุ้นความสามารถ มากกว่าสถานการณ์ที่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ได้	0.578		
3.4 ท่านไม่จำเป็นต้องรู้คำตอบล่วงหน้า ก่อนที่ท่าน จะถามคำถาม	0.517		
3.5 ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงทั้งทรัพย์สินของตนเองและ ทรัพย์สินของครอบครัวเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ	0.479		
3.6 ท่านไม่จำเป็นต้องซื้อประกันทุกครั้งที่เดินทาง ท่องเที่ยว	0.469		
4. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement)		10.972	0.902
4.1 ท่านมีความปรารถนาที่จะเอาชนะอุปสรรค อย่างไม่ย่อท้อ	0.767		
4.2 ท่านคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จในงานที่ท่านอยู่	0.738		
4.3 ท่านใช้เวลาคิดเกี่ยวกับเป้าหมายในอนาคตมากกว่า คิดถึงเรื่องราวในอดีต	0.687		
4.4 ท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน และรู้สึกพึงพอใจหาก สามารถทำงานนั้น ได้ดีที่สุด	0.645		
4.5 ท่านคิดว่าไม่มีอะไรที่จะสามารถทดแทนความสำเร็จ อันยิ่งใหญ่ได้	0.473		
4.6 ท่านเชื่อว่าเป้าหมายของท่านไม่จำเป็นต้องบรรลุผล สำเร็จได้ง่าย	0.457		

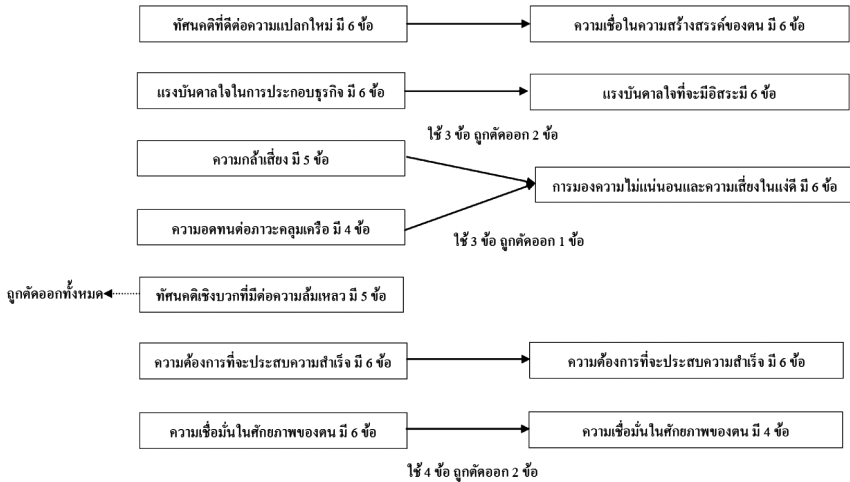
ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าความแปรปรวน		
	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)	ของปัจจัย (% Variance Explained)	ค่าแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)
5. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (Internal Locus of Control)		10.114	0.912
5.1 ท่านเชื่อว่าชีวิตของท่านถูกกำหนดมาจากการกระทำ ของตนเอง	0.746		
5.2 ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิตของท่าน เกิดขึ้นจากความสามารถของตัวท่านเอง	0.672		
5.3 ท่านเชื่อว่าสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่าน ไม่ได้มาจากความบังเอิญ	0.466		
5.4 ท่านเชื่อว่าความสำเร็จของท่านไม่ได้ขึ้นอยู่กับ โชคชะตา	0.440		
KMO = 0.953 P = 0.000		66.450	

จากตารางที่ 4 สามารถจัดปัจจัยใหม่ได้ 5 ปัจจัยและสามารถนำมาอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยทั้งหมดได้ร้อยละ 66.450 โดยได้ตั้งชื่อปัจจัยทั้ง 5 ใหม่ ได้แก่ (1) ความเชื่อในความสามารถของตน (2) แรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ (3) การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (4) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ และ (5) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน โดยมีข้อคำถามแต่ละข้อที่นำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ควรมีค่าน้ำหนักปัจจัยตั้งแต่ 0.35 ขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 272 ราย ซึ่งอยู่ระหว่าง จำนวน 250-349 ราย Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, (2006) ทั้งนี้มีข้อคำถามที่นำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้จำนวน 28 ข้อคำถามจากทั้งหมดจำนวน 38 ข้อคำถามเดิมดังแสดงไว้ในภาพที่ 2 ต่อไปนี้

ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย มี 7 คุณลักษณะ 38 ข้อ

หลังวิเคราะห์ปัจจัย มี 5 คุณลักษณะ 28 ข้อค่าถาม



ภาพที่ 2 การจัดกลุ่มปัจจัย

3. ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ทวิ (Binary Logistic Regression)

ตารางที่ 5 แสดงค่าสถิติ Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	312.709	0.295	0.362

จากตารางที่ 5 ค่า Nagelkerke R Square = 0.362 นั่นคือปัจจัยต่าง ๆ สามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 36.2 หรือกล่าวได้ว่าร้อยละ 36.2 ของความผันแปรอธิบายได้โดยสมการ โลจิสติกส์ทวิ

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์หัตถิทธิพลของคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ตัวพยากรณ์	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Constant	0.423	0.144	8.598**	1	0.000	1.527
1. ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน	0.089	0.265	0.114*	1	0.035	0.914
2. แรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ	0.437	0.209	4.373*	1	0.037	0.646
3. การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี	0.542	0.180	9.025**	1	0.003	0.582
4. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ	0.640	0.260	6.070*	1	0.014	0.527
5. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน	0.625	0.203	9.423**	1	0.002	0.535

**มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ *มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 (H1) : คุณลักษณะส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยคุณลักษณะทั้ง 5 ที่ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) แรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01)

อภิปรายผล

คุณลักษณะที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ นั้น ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน โดยผลการวิจัยพบว่า ยิ่งนักศึกษามีความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน ยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012); Gurel, Altinay & Daniele, (2010) และ Mueller & Thomas, (2001) ที่พบว่า ยิ่งบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่

ยิ่งมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ มากไปกว่านั้น Gu'rol & Atsan, (2006) และ Koh, (1996) ยังค้นพบอีกว่า ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่หรือความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ

ทั้งนี้เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นเสมือนแรงจูงใจให้บุคคลก้าวเข้ามาสู่การเป็นผู้ประกอบการ Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, (2012) โดยผู้ประกอบการมักจะมองเห็นโอกาสจากความคิดสร้างสรรค์ของตน ในขณะที่บุคคลอื่นมองไม่เห็น Ardichvili, Cardozo & Ray, (2003)

2. จากผลการวิจัยพบว่า ยิ่งนักศึกษามีแรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ Tyszka, Cie'slik, Domurat & Macko, (2011) Gupta & York, (2008) และ Ateljevic and Doorne, (2000) ที่พบว่า ความปรารถนาที่จะเป็นอิสระเป็นแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อแนวโน้มการแสวงหาโอกาสเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการมักจะชอบตัดสินใจด้วยตนเอง และกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยตนเองมากกว่าที่จะพึ่งพาผู้อื่น

3. การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี โดยผลการวิจัยพบว่ายิ่งนักศึกษามองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี ยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Karabulut, (2016) และ Gurel, Altinay & Daniele, (2010) ที่พบว่า ยิ่งบุคคลกล้าเผชิญความเสี่ยง ยิ่งมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับข้อค้นพบของ Okhomina, (2010) และ Acedo & Jones, (2007) ที่พบว่ายิ่งบุคคลมีความอดทนต่อภาวะคลุมเครือไม่แน่นอน ยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ ยิ่งไปกว่านั้น Koh, (1996) ยังพบอีกว่า การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดีเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการแตกต่างจากบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพราะบุคคลที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะเต็มใจและยอมรับกับสถานการณ์ที่กดดันและไม่สามารถคาดการณ์ได้แทนที่จะมองว่าเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

4. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จเป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญของผู้ประกอบการ โดยผลการวิจัยพบว่าพบว่ายิ่งนักศึกษามีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Chen, Su & Wu, (2012) และ Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen & Mohd, (2011) ที่พบว่า ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จส่งผลต่อแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ Karabulut, (2016) ยังพบอีกว่า บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงต้องมีแรงผลักดันที่มาจากความมุ่งมั่น ความพยายาม และความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคเพื่อเอาชนะต่อความยากลำบากนั้นได้

5. จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญของผู้ประกอบการ ยิ่งนักศึกษามีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนยิ่งมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Karabulut, (2016) และ Mueller & Thomas, (2001) พบว่าความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ มากไปกว่านั้น Gu'rol and Atsan, (2006) ยังพบอีกว่าบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนสูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เป็นเพราะบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนจะมีความกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตน เพราะเชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจได้ และการทำงานมักจะขึ้นอยู่กับตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ จากผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่ามี 5 คุณลักษณะที่ส่งผลต่อแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ ภายใต้อิทธิพลของนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้แก่ ความเชื่อในความสร้างสรรค์ของตน แรงบันดาลใจที่จะมีอิสระ การมองความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในแง่ดี ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ และความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 สถานศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเรียนการสอนโดยนำคุณลักษณะทั้ง 5 ของผู้ประกอบการมาปรับใช้เป็นแนวทางในหลักสูตรการเรียนการสอน เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดแต่สามารถสร้างขึ้นได้จากกระบวนการขัดเกลาทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ในอนาคตซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป

2.2 ผู้ที่กำหนดนโยบายภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างคุณลักษณะทั้ง 5 ของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความมั่นใจในการก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หรือที่เรียกกันว่า “โมเดลไทยแลนด์ 4.0”

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบเฉพาะเจาะจงกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่เท่านั้น ดังนั้นการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสรุปอ้างอิงกับบริบทของคณะอื่น มหาวิทยาลัยอื่น และในประเทศอื่น อาจต้องใช้ความระมัดระวังเนื่องจากแต่ละบริบทมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการวิจัยในอนาคตจึงควรมีการศึกษาต่อกับกลุ่มนักศึกษาคณะอื่น มหาวิทยาลัยอื่น และในประเทศอื่น เพื่อยืนยันและตรวจสอบผลการวิจัยในครั้งนี้อีกว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3.2 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบเฉพาะเจาะจงกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 4 ที่ยังไม่ได้เริ่มต้นธุรกิจขึ้นจริงเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยในอนาคตจึงควรมีการศึกษาต่อกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้เริ่มต้นธุรกิจขึ้นจริงเพื่อยืนยันและตรวจสอบผลการวิจัยในครั้งนี้อีกว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

Reference

- Acedo, F. J. & Jones, M. V.(2007). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms. **Journal of World Business**. 42(3). 236-252.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. 50(2). 179-211.
- 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.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S.(2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. **Journal of Business Venturing**. 18(1). 105-123.
- Åstebro, T. & Thompson, P. (2011). Entrepreneurs, Jacks of all Trades or Hobos?. **Research Policy**. 40(5). 637-649.
- Ateljevic, I. & Doorne, S. (2000). Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. **Journal of Sustainable Tourism**. 8(5). 378-392.
- Basu, A. (2004). Entrepreneurial Aspirations Among Family Business Owners: An Analysis of Ethnic Business Owners in the UK. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. 10(1/2). 12-33.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. **Academy of Management Journal**. 23(3). 509-520.
- Cassar, G. (2014). Industry and Startup Experience on Entrepreneur Forecast Performance in New Firms. **Journal of Business Venruring**. 29(1). 137-151.
- Chen, S., Su, X. & Wu, S. (2012). Need for Achievement, Education, and Entrepreneurial Risk-Taking Behavior. **Social Behavior and Personality**. 41(8). 1311-1318.
- Chiang Mai Rajabhat University. (2019). Strategic Plan Chiang Mai Rajabhat University. Retrieved April 9th, 2019, from <https://www.cmru.ac.th/>.
- George, D. & Mallery, P. (2003). **SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference**. 11.0 update. 4th ed. Boston : Allyn & Bacon.
- Getz, D. & Carlsen, J. (2000). Characteristics and Goals of Family and Owner-Operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. **Tourism Management**. 20(6). 547-560.

- Gurol, Y. & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. **Education & Training**. 48(1). 25-38.
- Gupta, V. K. & York, A. S. (2008). Attitudes Toward Entrepreneurship and Small Business: Findings from a Survey of Nebraska Residents and Small Business Owners. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**. 2(4). 348-366.
- Gurel, E., Altinay, L. & Daniele, R. (2010). Tourism Students' Entrepreneurial Intention. **Annals of Tourism Research**. 37(3). 646-669.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. & Tatham, R. (2006). **Multivariate Data Analysis**. 6th ed. New Jersey : Pearson Education.
- Hansemark, O. C. (2003). Need for Achievement, Locus of Control and the Prediction of Business Start-ups: A Longitudinal Study. **Journal of Economic Psychology**. 24(3). 301-319.
- Hjalager, A.-M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism. **Tourism Management**. 31(1). 1-12.
- Jaafar, M., Abdul-Aziz, A. R., Maideen, S. A. & Mohd, S. Z. (2011). Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries. **International Journal of Hospitality Management**. 30(4). 827-835.
- Josien, L. (2012). Entrepreneurial Orientation: An Empirical Study of the Risk-Propensity Dimension of Entrepreneurs. **Academy of Entrepreneurship Journal**. 18(1). 21-34.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. 229. 12-21.
- Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong Kong MBA students. **Journal of Managerial Psychology**. 11(3). 12-25.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3). 607-610.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. 6(6). 295-309.

- McClelland, D. (1973). **The Achieving Society**. Princeton. New Jersey : D Van Nostrand.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. **Journal of Business Venturing**. 16(1). 51-75.
- Nga, J. K. H. & Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. **Journal of Business Ethics**. 95. 259-282.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.
- Office of the Registrar Chiang Mai Rajabhat University. (2019). **Strategic Plan Chiang Mai Rajabhat University**. Retrieved เดือน วันที่, 2019, from <http://www.academic.cmru.ac.th/> (in Thai).
- Okhomina, D. (2010). Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: The Moderating Influence of Supportive Environment. **Journal of Behavioral Studies in Business**. 2. 1-16.
- Politis, D. (2008). Does Prior Start-up Experience Matter for Entrepreneurs' Learning? : A Comparison Between Novice and Habitual Entrepreneurs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 15(3). 472-489.
- Pruett, M. (2012). Entrepreneurship education: Workshops and entrepreneurial intentions. **Journal of Education for Business**. 87. 94-101.
- Quan, X. (2012). Prior Experience, Social Network, and Levels of Entrepreneurial Intentions. **Management Research Review**. 35(10). 945-957.
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A. & Ruiz-Navarro, J. (2012). Determinants of Hotels and Restaurants Entrepreneurship: A Study Using GEM Data. **International Journal of Hospitality Management**. 31(2). 579-587.
- Shane, S. (2003). **A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus**. Massachusetts : Edward Elgar Publishing.
- Sidek, S. & Zainol, F. A. (2011). Psychological Traits and Business Performance of Entrepreneurs in Small Construction Industry in Malaysia. **International Business and Management**. 2(1). 170-185.

- Sornsermsombut, P., Rurkwararuk, W., Daengbuppha, J. & Pooncharoen, N. (2017). Influence of Psychological Factors on Business Start-ups of Hotel Entrepreneurs in Thailand. **Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University**. 12(2). 17-41.
- Stokes, D. & Blackburn, R. (2002). Learning the Hard Way: The Lessons of Owner-Managers Who Have Closed Their Business. **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 9(1). 17-27.
- Szivas, E. (2001). Entrance into Tourism Entrepreneurship: A UK Case Study. **Tourism and Hospitality Research**. 3(2). 163-172.
- Tang, J. & Tang, Z. (2007). The Relationship of Achievement Motivation and Risk-Taking Propensity to New Venture Performance: A Test of the Moderating Effect of Entrepreneurial Munificence. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**. 4(4). 450-472.
- Thailand Development Research Institute. (2016). **The Study on the National Strategy for Service Sector Development Office of the National Economic and Social Development Board**. Retrieved April 9th, 2019, from <https://www.tdri.or.th/>
- The Office of SMEs Promotion. (2018). **SMEs GDP of 2017**. Retrieved April 9th, 2019, from <http://www.sme.go.th/>
- The Secretariat of The House of Representatives. (2015). **Reform agenda 15: Creating Entrepreneurial Society**. Bangkok : The Secretariat of The House of Representatives.
- Tyszka, T., Cie'slik, J., Domurat, A. & Macko, A. (2011). Motivation, Self-efficacy, and Risk Attitudes Among Entrepreneurs During Transition to a Market Economy. **Journal of Socio-Economics**. 40(2). 124-131.
- Vanichbuncha, K. (2011). **Advanced Statistical Analysis with SPSS**. 9th ed. Bangkok : Dharmasarn Printing.
- Walker, E. A. & Webster, B. J. (2007). Gender, Age and Self-Employment: Some Things Change, Some Stay the Same. **Women in Management Review**. 22(2). 122-135.