

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขา
อีคอมเมิร์ซที่โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี
ประเทศจีน

Factors Influencing Entrepreneurial Intention among E-Commerce Students at
the Guangxi Senior Scientific, Technology, and Commerce School in China

หวาง ตองเมย

Wang Dongmei

สำเริง ไกยวงศ์

Samroeng Kaiyawong

อัญชลี ชัยศรี

Anchalee Chaisri

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Chaiyaphum Rajabhat University

E-mail: Wearetheworldsong@gmail.com



Received: 24 June 2025; Revised: 22 October 2025; Accepted: 28 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ประชากรที่ศึกษาคือนักศึกษาสาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 689 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 255 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเชื่อในความสามารถของตนเอง การสนับสนุนทางสังคม แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ 83.5% ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ทั้ง 4 ตัวแปรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความเชื่อในความสามารถของตนเอง ซึ่งสามารถเสริมสร้างได้ผ่านการฝึกฝนทักษะและการพัฒนาอัตลักษณ์ทางธุรกิจ ส่วนการสนับสนุนทางสังคม แรงจูงใจในการประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมต่างๆ ก็มีบทบาทสำคัญในการช่วยเสริมสร้างความตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ผลการวิจัยนี้สามารถใช้ในการพัฒนาโปรแกรมหรือแนวทางที่ช่วยเสริมสร้างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาให้เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศจีน

Abstract

The objectives of this study were to investigate the entrepreneurial intention of students majoring in E-Commerce at the Guangxi Advanced School of Science, Technology, and Commerce, People's Republic of China, and to examine the factors influencing their entrepreneurial intention. The population of the study consisted of 689 students majoring in E-Commerce. The sample size was determined using Yamane's formula (1967), resulting in a sample of 255 students. The participants were selected using the stratified random sampling technique. Data were analyzed using mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis. The results revealed that the students' overall entrepreneurial intention was at a moderate level. Four independent variables were found to significantly influence entrepreneurial intention: self-efficacy, social support, entrepreneurial motivation, and perceived behavioral control. Together, these variables explained 83.5% of the variance in entrepreneurial intention. The findings indicated that all four variables had a positive influence on entrepreneurial intention, with self-efficacy being the most influential factor. Self-efficacy can be strengthened through skill training and the development of a business-oriented identity. Furthermore, social support, entrepreneurial motivation, and perceived behavioral control also played important roles in enhancing the intention to start a business. The results of this study can be utilized to develop programs or strategies aimed at fostering and strengthening students' entrepreneurial intentions.

Keywords: Entrepreneurial intention, E-Commerce, China

บทนำ

การเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลง และการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยกระบวนการผู้ประกอบการมีได้จำกัดอยู่ที่การจัดตั้งธุรกิจใหม่เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การเผชิญกับความไม่แน่นอน และการมีปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายทางสังคม ซึ่งล้วนส่งผลต่อการพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และการปรับตัว (Wasim et al., 2024) ในระดับภูมิภาค ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาในมิติต่างๆ เช่น การสร้างงาน การพัฒนานวัตกรรม การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการยกระดับคุณภาพชีวิต โดยผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและความรู้เพื่อจัดการกับปัญหาสังคมและเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ การเป็นผู้ประกอบการจึงถือเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของพลวัตทางเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละภูมิภาค (Sevilla-Bernardo, 2024) กระบวนการผู้ประกอบการยังมีบทบาทในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างทั่วถึง ผ่านการกระจายการลงทุน การสร้างงาน และการใช้เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ (D'Angelo et al., 2024) ในระดับองค์กร แนวคิดเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

ความสามารถในการริเริ่มนวัตกรรม ความกล้าในการดำเนินการเชิงรุก และความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยง มีความจำเป็นต่อการปรับตัวและความสำเร็จขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง และเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน (Ben-Hafaïedh, 2024) การเป็นผู้ประกอบการไม่ควรถูกจำกัดอยู่ในกรอบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ควรได้รับการพิจารณาในฐานะสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคนควรมีโอกาสเข้าถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถใช้ศักยภาพของตนเองในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม จึงเป็นการเสริมสร้างพลังทางเศรษฐกิจและส่งเสริมความเสมอภาคในสังคม (Liguori et al., 2024) การเป็นผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืนได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการรับมือกับความท้าทายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยหลักความยั่งยืนมีบทบาทในการพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหที่สร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการบ่มเพาะแนวคิดและทักษะผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่อนาคตที่มั่นคงและยั่งยืน (Leal Filho et al., 2024)

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial intention) ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยในกลุ่มนักศึกษาจีนสะท้อนให้เห็นว่าระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลัก นักศึกษามักเลือกการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยโอกาส และเลือกดำเนินธุรกิจตามความสนใจและความถนัดของตนเอง (Zhang & Wang, 2023) บทบาทของการศึกษาผู้ประกอบการ เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างแนวคิด ทักษะ และความมั่นใจในการประกอบธุรกิจในกลุ่มนักศึกษา (Mensah et al., 2021; Gao & Qin, 2022) การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย แม้ว่าจะยังมีข้อจำกัดในบางบริบท แต่ก็มีส่วนต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ (Ye et al., 2025) นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ทักษะเชิงผู้ประกอบการ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ ต่างมีอิทธิพลต่อเจตนาในการเป็นผู้ประกอบการ (Mensah et al., 2021) ในขณะเดียวกัน แนวโน้มของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมก็มีความโดดเด่นมากขึ้นในกลุ่มนักศึกษา โดยมีค่านิยมที่เห็นแก่ประโยชน์ผู้อื่นและค่านิยมดั้งเดิมเป็นปัจจัยหนุน (Yang et al., 2024) รวมถึงการรับรู้คุณค่าด้านความยั่งยืนและการมองเห็นโอกาสที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (Lyu et al., 2024) นอกจากนี้ แนวโน้มของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งได้รับแรงขับเคลื่อนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความสามารถในการเข้าถึงตลาดออนไลน์ (Tremma et al., 2023)

ในศตวรรษที่ 21 อีคอมเมิร์ซได้กลายเป็นเวทีหลักสำหรับการสร้างและดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มนักศึกษา ซึ่งสามารถเริ่มต้นธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ด้วยงบประมาณจำกัด รวมทั้งยังคุ้นเคยกับเครื่องมือออนไลน์และการตลาดผ่านสื่อสังคม ทำให้สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ อีคอมเมิร์ซยังช่วยให้ผู้ประกอบการขยายฐานลูกค้าในระดับสากลโดยไม่ถูกจำกัดด้วยขอบเขตทางภูมิศาสตร์ (Wu et al., 2016; Zhang, 2024) การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมระบบนิเวศทางธุรกิจใหม่ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในจีนซึ่งอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อองค์ความรู้และการจัดการศึกษาด้านนี้ในระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Wu et al., 2016; Tremma et al., 2023) นักศึกษาสาขาอีคอมเมิร์ซจึงมีศักยภาพสูงในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความสนใจสูง แต่ความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยงยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากภาคการศึกษาและนโยบายภาครัฐ (Zhang, 2024) ดังนั้น การศึกษานักศึกษาใน

สาขาไอคอมพิวเตอร์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาแนวทางสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เติบโตอย่างยั่งยืนในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นหัวข้อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิจัยด้านผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ (Suet al., 2021; Lihua, 2022; Lyu et al., 2024) อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมายังคงมีช่องว่างที่สำคัญที่ต้องได้รับการสำรวจเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอย่างลึกซึ้งและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น หนึ่งในช่องว่างหลักคือ ความเข้าใจที่ยังไม่สมบูรณ์เกี่ยวกับกลไกและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในประเทศจีน โดยเฉพาะในบริบทของโรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี แม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior - TPB) จะถูกนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดอย่างแพร่หลายในการอธิบายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Su et al., 2021; Lihua, 2022; Lyu et al., 2024) แต่บทความบางฉบับยังคงชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ TPB ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของจีนนั้นยังคงต้องมีการสำรวจเชิงลึกเพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจกลไกและองค์ประกอบที่ซับซ้อนของปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทและความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาในกระบวนการก่อตัวของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบและครอบคลุมเพียงพอ (Dong & Chang, 2024) และแม้จะมีการศึกษาถึงผลกระทบของการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย และบทบาทของความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในการส่งเสริมความตั้งใจของผู้ประกอบการ (Su et al., 2021; Gonzalez-Tamayo et al., 2024) แต่ยังคงมีข้อสังเกตว่านักศึกษาในจีนยังคงไม่เต็มใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจแม้จะได้รับการสนับสนุนด้านการเป็นผู้ประกอบการอย่างมาก (Gonzalez-Tamayo et al., 2024)

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาโรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ และช่วยสนับสนุนการออกแบบนโยบายและการพัฒนาหลักสูตรที่เหมาะสม รวมถึงเสริมสร้างกลไกและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเพื่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมจีนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน

วิธีดำเนินการวิจัย

1) รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมุ่งเน้นการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถวัดและคำนวณได้ ซึ่งสามารถใช้สถิติ

พรรณนาและสถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่ศึกษาอยู่ที่โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน (Guangxi Senior Scientific, Technology, and Commerce School) จำนวน 689 คน จำแนกเป็น นักเรียนชั้นปีที่ 1 (เข้าเรียนปี ค.ศ. 2024) จำนวน 299 คน นักเรียนชั้นปีที่ 2 (เข้าเรียนปี ค.ศ. 2023) จำนวน 206 คน และ นักเรียนชั้นปีที่ 3 (เข้าเรียนปี ค.ศ. 2022) จำนวน 184 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่เท่ากับ 5% ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 255 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โครงสร้างของแบบสอบถามจำแนกออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้มีมาตรวัดแบบนามบัญญัติและมาตรวัดเชิงอันดับมีจำนวน 5 ตัวแปร ประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และระดับการศึกษาสูงสุดของบิดาหรือมารดา

ตอนที่ 2 ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรอิสระซึ่งประกอบด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย (Digital Technology and Social Media Use) การสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support) และการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education) คำถามแต่ละข้อกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด 2 หมายถึง น้อย 3 หมายถึง ปานกลาง 4 หมายถึง มาก และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 3 ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) คำถามแต่ละข้อกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด 2 หมายถึง น้อย 3 หมายถึง ปานกลาง 4 หมายถึง มาก และ 5 หมายถึง มากที่สุด

เพื่อให้แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยมีคุณภาพและเหมาะสมที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้พัฒนาและตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาและทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลใดที่จำเป็น ต้องเก็บรวบรวมเพื่อตอบคำถามวิจัย

2. สร้างคำถามโดยใช้คำนิยามของตัวแปรเป็นพื้นฐานในการสร้างข้อคำถาม และสร้างข้อคำถามโดยคำนึงถึงความสะดวกในการตอบและความชัดเจนของคำถาม

3. ตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถาม เพื่อทดสอบว่าเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นสามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้องหรือไม่ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน แล้วคำนวณหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งค่า IOC ของคำถามแต่ละข้อต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 ผลการตรวจสอบพบว่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยมีค่าอยู่ระหว่าง .67 – 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่า ค่า IOC ที่เหมาะสมควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977)

4. ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาสาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ศึกษาอยู่ที่โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้า ขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ไม่ได้ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน และนำผลการทดสอบมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้ในแต่ละด้านจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) การนำเครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามไปทดลองใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือการหาข้อบกพร่องของข้อคำถามหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบทดสอบสอบถาม ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรที่ศึกษาทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาสูงกว่า .70 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ .918 และมีค่าสูงสุดเท่ากับ .988 แสดงให้เห็นว่าชุดคำถามที่ใช้วัดแต่ละตัวแปรมีความสอดคล้องกันและมีความคงเส้นคงวาในระดับสูง

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ จะใช้วิธีการแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือก ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามออนไลน์บนแพลตฟอร์ม WeChat โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงและตรวจสอบความถูกต้องแล้ว
2. สร้าง QR code เชื่อมโยงไปยังลิงก์ของแบบสอบถาม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าถึง
3. ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ตอบทราบ พร้อมอธิบายว่าข้อมูลที่ได้รับจะถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะนำเสนอผลในภาพรวมโดยไม่เปิดเผยข้อมูลรายบุคคล
4. อธิบายสิทธิของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าร่วมการวิจัย รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม
5. แจกจ่าย QR code แก่นักศึกษา เพื่อให้สามารถสแกนด้วยโทรศัพท์มือถือและตอบแบบ สอบถามได้อย่างสะดวก

5) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลด้านความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และตัวแปรอิสระที่ใช้พยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จะพรรณนาโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ในการตีความหมายของค่าเฉลี่ยซึ่งกำหนดขึ้นตามหลักสถิติ ดังนี้ จากมาตรวัด 5 ระดับ หาค่าพิสัยได้เท่ากับ $R = 5 - 1 = 4$ หาค่าพิสัยด้วย 5 ซึ่งเป็นจำนวนระดับของมาตรวัด จะได้ระยะห่างของคะแนนในแต่ละชั้นเท่ากับ $4 \div 5 = 0.80$ จากนั้นนำค่าที่ได้มากำหนดช่วงของคะแนนในแต่ละชั้นได้ ดังนี้

ช่วงคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ช่วงคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ช่วงคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ช่วงคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน

วิเคราะห์โดยใช้ ส่วนสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยการนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งละ 1 ตัวแปร (Stepwise Multiple Regression) ใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ต่อ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน โดยมีตัวแปรข้อจำกัดทางการเงินเป็นตัวแปรกำกับ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติดังกล่าวนี้มีข้อดีที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้ (1) การช่วยคัดเลือกตัวแปรอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะทำให้สามารถเลือกเฉพาะตัวแปรอิสระที่มีผลกระทบต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้โมเดลมีความกระชับและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (Field, 2013) และ (2) การคัดเลือกตัวแปรที่เหมาะสมยังช่วยลดความเสี่ยงของปัญหาการมีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไปของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) การเลือกเฉพาะตัวแปรที่จำเป็นและมีความสัมพันธ์เหมาะสมกับตัวแปรตามจะช่วยลดจำนวนตัวแปรที่ไม่จำเป็นและมีความซ้ำซ้อนภายในแบบจำลอง ปัญหาหากไม่ได้รับการจัดการ อาจทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ได้ไม่มีเสถียรภาพ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานสูงขึ้น และการตีความผลลัพธ์เป็นไปได้ยาก (Kutner et al., 2005)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.8) ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 48.2) ในส่วนของชั้นปีที่ศึกษา พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 57.6) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมที่สูงจากนักศึกษาชั้นปีแรก ในขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และปีที่ 3 มีการตอบแบบสอบถามที่น้อยกว่า โดยปีที่ 2 อยู่ที่ร้อยละ 37.3 และปีที่ 3 มีสัดส่วนเพียง ร้อยละ 5.1 ในด้านอาชีพของบิดา พบว่า อาชีพที่พบบ่อยที่สุดคือการทำเกษตรกรรม (ร้อยละ 67.8) รองลงมาคือเจ้าของกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 12.9) และพนักงานบริษัทส่วนบุคคล (ร้อยละ 10.2) ขณะที่อาชีพในหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการบริษัทมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย สำหรับอาชีพของมารดา ผลการสำรวจพบว่า อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 66.3) ตามด้วยพนักงานบริษัทส่วนบุคคล (ร้อยละ 13.7) และเจ้าของกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 13.3) โดยอาชีพในหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการบริษัทมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ ในด้านของระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดา พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.8) มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงการศึกษาระดับสูงของพ่อแม่ ในขณะที่ระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีสัดส่วนค่อนข้างน้อย (ร้อยละ 14.2)

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้สถิติพรรณนา

เพื่อให้เข้าใจระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาอิคอมเมิร์ซ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคำถามแต่ละข้อ ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1. ฉันชอบที่จะเป็นผู้ประกอบการ มากกว่าการเป็นพนักงานของบริษัทหรือองค์กร	3.14	1.114	ปานกลาง
2. ฉันจะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ	2.89	1.092	ปานกลาง
3. ฉันอยากก่อตั้งบริษัทในอนาคต	2.87	1.099	ปานกลาง
4. ฉันได้พิจารณาอย่างจริงจังเกี่ยวกับการก่อตั้งบริษัทของตัวเอง	2.90	1.121	ปานกลาง
5. ฉันจะพยายามอย่างเต็มที่ในการบริหารจัดการบริษัทของตัวเอง	3.05	1.130	ปานกลาง

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
เฉลี่ยรวม	2.97	1.042	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.042 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคำถามที่ใช้วัดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการทุกข้อมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คำถามทั้ง 5 ข้อสามารถนำมาจัดเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้ดังนี้ ฉันทชอบที่จะเป็นผู้ประกอบการมากกว่าการเป็นพนักงานของบริษัทหรือองค์กร ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 1.114) ฉันทพยายามอย่างเต็มที่ในการบริหารจัดการบริษัทของตนเอง ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 1.103) ฉันได้พิจารณาอย่างจริงจังเกี่ยวกับการก่อตั้งบริษัทของตนเอง ($\bar{X} = 2.90$, S.D. = 1.121) ฉันทจะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 2.89$, S.D. = 1.092) และฉันอยากก่อตั้งบริษัทในอนาคต ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 1.099)

3) ผลการวิเคราะห์การแจกแจงปกติของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis ผู้วิจัยได้ตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	Skewness		Kurtosis	
			Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
SEEF	2.80	1.017	0.414	0.153	-0.008	0.304
PEBECO	2.40	1.055	0.871	0.153	0.316	0.304
ENMO	3.14	1.056	-0.061	0.153	-0.351	0.304
SOSUP	3.14	1.032	0.016	0.153	-0.212	0.304
ENEDU	3.13	1.033	0.034	0.153	-0.078	0.304
UOPSM	3.14	0.973	0.114	0.153	0.078	0.304
ENINTEN	2.97	1.042	0.262	0.153	-0.127	0.304

จากตารางที่ 2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy: SEEF) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PEBECO) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation: ENMO) การสนับสนุนทางสังคม (Social Support: SOSUP) การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education: ENEDU) การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (Usage of Online Platform and Social Media: UOPSM) และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: ENINTEN) ตัวแปรเหล่านี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.40 ถึง 3.14 ซึ่งอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง ดัชนีวัดความเบ้ (Skewness) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.871 ถึง -0.016 ส่วนดัชนีวัดความโด่ง (Kurtosis) มีค่าสัมบูรณ์อยู่ระหว่าง -0.351 ถึง 0.316 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีการแจกแจงแบบปกติ ทั้งนี้ โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของ Kline (2011) กำหนดไว้ว่าค่าความเบ้ (Skewness) ที่เหมาะสมมีค่าอยู่ระหว่าง -2 ถึง +2 ค่าความโด่ง (Kurtosis) ที่เหมาะสมมีค่าอยู่ระหว่าง -7 ถึง +7 นอกจากนี้ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรแต่ละตัวมีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสมและแสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายที่ไม่มาก ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้ง 7 ตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ จึงสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูงต่อไป

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

	EFFIC	PEBECO	ENMO	SOSUP	ENEDU	UOPSM	ENINTEN
SEEF	1						
PEBECO	0.752	1					
ENMO	0.708	0.606	1				
SOSUP	0.729	0.581	0.758	1			
ENEDU	0.753	0.601	0.698	0.775	1		
UOPSM	0.773	0.622	0.721	0.780	0.829	1	
ENINTEN	0.886	0.731	0.753	0.776	0.735	0.766	1

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (ENINT) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.731 - 0.886 ซึ่งหมายความว่าหากนักศึกษามีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ได้รับการสนับสนุนจากสังคม มีแรงจูงใจที่ดี มีโอกาสเข้าเฝ้าการศึกษาจากผู้ประกอบการ และมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจ ย่อมส่งผลให้นักเรียนมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์นี้เพียงชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่เท่านั้น แต่ไม่ได้บ่งชี้ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Multiple Regression จึงมีความเหมาะสมมากกว่า ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวพร้อมกันและสามารถบ่งชี้ได้ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P	VIF	f^2
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0.047	0.091		0.522	0.602		
Self-efficacy (SEEF)	0.573	0.049	0.559	11.743	0.000	7.35	0.312
Social support (SOSUP)	0.201	0.044	0.199	4.595	0.000	2.84	0.048
Entrepreneurial motivation (ENMO)	0.137	0.042	0.139	3.265	0.001	6.14	0.024
Perceived behavioral control (PEBECO)	0.109	0.039	0.110	2.797	0.006	2.68	0.018

หมายเหตุ

1. $R = 0.914$, $R^2 = 0.835$, Adjusted $R^2 = 0.832$, $F = 316.228$, $P = 0.000$

2. Effect Size (f^2): $f^2 \geq 0.35$ หมายถึง large $0.15 \leq f^2 < 0.35$ หมายถึง medium และ $0.02 \leq f^2 < 0.15$ หมายถึง small (Cohen, 1988)

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวสามารถทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการตัดสินใจหรือ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.835 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ 83.5% ซึ่งอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้ ถ้า R^2 มีค่าต่ำกว่า 0.30 หมายความว่า อธิบายได้ในระดับน้อย ถ้ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.30–0.50 หมายความว่า อธิบายได้ในระดับปานกลาง, และถ้ามีค่ามากกว่า 0.50 หมายความว่า อธิบายได้ในระดับมาก (Hunsley & Meyer, 2003) ส่วน Std. Error of the Estimate มีค่าเท่ากับ 0.091 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์อยู่ในระดับต่ำ และสะท้อนถึงความแม่นยำของโมเดลในการทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จากผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของโมเดลการถดถอยพหุคูณ พบว่าสถิติ F มีค่าเท่ากับ 316.228 และ p-value น้อยกว่า 0.001 ซึ่งหมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่สามารถทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ และไม่ได้เกิดจากความบังเอิญ จากการตรวจสอบค่า Variance Inflation Factor หรือ VIF พบว่ามีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่าสมการถดถอยไม่มีปัญหาการมีความสัมพันธ์กันมากเกินไปของตัวแปรอิสระ (Kutner et al., 2005)

ผลการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ความเชื่อในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) มีอิทธิพลมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.559 ($t = 11.743$, $p\text{-value} < 0.01$) รองลงมาคือ การสนับสนุนทางสังคม (Social support) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.199 ($t = 4.595$, $p\text{-value} < 0.01$) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.139 ($t = 3.265$, $p\text{-value} < 0.01$) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.110 ($t = 2.797$, $p\text{-value} < 0.01$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาขนาดผลกระทบของตัวแปรอิสระโดยใช้ดัชนี f^2 พบว่า ความเชื่อในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลในระดับปานกลาง ส่วนการสนับสนุนทางสังคม แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลกระทบในระดับน้อย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการทำนายในรูปของคะแนนดิบ (Unstandardized coefficients)

$$Y = 0.047 + 0.573(SEEF) + 0.201(SOSUP) + 0.137(ENMO) + 0.109(PEBECO)$$

สมการทำนายในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized coefficients)

$$Z = 0.559(SEEF) + 0.199(SOSUP) + 0.139(ENMO) + 0.110(PEBECO)$$

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ผลจากการวิจัยพบว่าความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สาเหตุที่ทำให้ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากนักศึกษายังขาดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ขาดการสนับสนุนทางสังคม ขาดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากเพียงพอที่จะผลักดันให้มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูง ผลการวิจัยนี้ได้รับสอดคล้องกันกับ

ผลการวิจัยของ Lin et al. (2024) ซึ่งว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางและค่อนข้างต่ำทางด้านน้อย ผลการวิจัยของ Li & Kaiyawong (2025) ที่ศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีจากสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว มณฑลกว่างซี พบว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Huang et al. (2025) ซึ่งดำเนินการในบริบทใกล้เคียงกันในประเทศจีน พบว่าค่าเฉลี่ยของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอยู่ที่ 2.062 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจสูงกว่านักศึกษาชั้นปีอื่น ๆ ซึ่งอาจสะท้อนถึงบทบาทของประสบการณ์ทางการศึกษาและความพร้อมในการวางแผนอาชีพหลังเรียนจบ อีกทั้งยังพบความแตกต่างระหว่างเพศ โดยเพศชายมีความตั้งใจสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพลของค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรม จากการเปรียบเทียบผลการวิจัยข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศจีนส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง และแนวโน้มนี้สามารถพบได้ทั้งในบริบทระดับประเทศและระดับภูมิภาค ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาจีนยังไม่อยู่ในระดับที่ชัดเจนเพียงพอในการนำไปสู่การลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการส่งเสริมองค์ประกอบด้านจิตวิทยา สิ่งแวดล้อม และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอ เพื่อสนับสนุนความตั้งใจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการค้าขั้นสูงแห่งมณฑลกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) การสนับสนุนทางสังคม (Social support) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial intention) ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยหลายเรื่องที่มีผลการวิจัยสอดคล้องกัน ดังนี้ ผลการศึกษาของ Jinghua & Kaiyawong (2025) ในบริบทของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ งานวิจัยของ Nursyirwan et al. (2022) ที่ศึกษานักศึกษาในระดับอุดมศึกษา พบว่า Self-efficacy มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นตัวกระตุ้นสำคัญในการก้าวสู่เส้นทางธุรกิจ ผลการวิจัยในบริบทของเกาหลีใต้โดย Ye & Kang (2025) พบว่า Entrepreneurial self-efficacy ส่งผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจ ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา เช่น แคมเบีย ผลการศึกษาของ Mwange et al. (2025) ก็ยืนยันถึงอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงของ Entrepreneurial self-efficacy ต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มเยาวชน ขณะที่ Fauziah et al. (2025) ซึ่งศึกษานักเรียนมัธยมอาชีวศึกษาในประเทศอินโดนีเซีย และพบว่า Creative self-efficacy ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ Self-efficacy มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเช่นกัน ในประเทศไทย Pakdechoho (2022) ได้ศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่าการรับรู้สมรรถนะของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยผลลัพธ์ดังกล่าว

สอดคล้องกับงานของ Qamari et al. (2022) ที่ศึกษาในอินโดนีเซีย ซึ่งชี้ว่า Self-efficacy มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความตั้งใจของนักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจส่วนตัว

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความง่ายหรือความยากในการแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง โดยเฉพาะในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการ หากบุคคลเชื่อว่าตนเองมีศักยภาพในการจัดการกับทรัพยากร มีทักษะที่จำเป็น และสามารถรับมือกับอุปสรรคต่างๆ ได้ ก็จะเกิดความมั่นใจในการลงมือปฏิบัติจริง และมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้น ผลการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยหลายเรื่อง เช่น Lyu et al. (2024) ได้ศึกษานักศึกษาและบัณฑิตในภาคใต้ของประเทศไทยจำนวน 684 คน พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม Suyono & Safrizal (2024) ศึกษาเจ้าของธุรกิจหญิงบนเกาะมาดูรา ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 115 คน พบผลลัพธ์ในทำนองเดียวกันว่า การรับรู้ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจนั้นยังส่งผลต่อการลงมือประกอบการจริงในระยะถัดมา Wahyuni & Piartrini (2021) ซึ่งศึกษาในกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัย Udayana ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ทักษะคิด บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ในฟิลิปปินส์ Otchengco & Akiate (2021) ศึกษากลุ่มคนขับรถสามล้อจำนวน 349 คน และพบว่าผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและมีทัศนคติที่ดีจะมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น Baciú et al. (2020) ทำวิจัยในประเทศโรมาเนีย พบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Aga (2023) ซึ่งศึกษาในประเทศเอธิโอเปีย พบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีบทบาทเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาด้านผู้ประกอบการกับความตั้งใจของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ และในบริบทของประเทศมาเลเซีย Alhiassah et al. (2024) ศึกษาในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย และพบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเช่นกัน

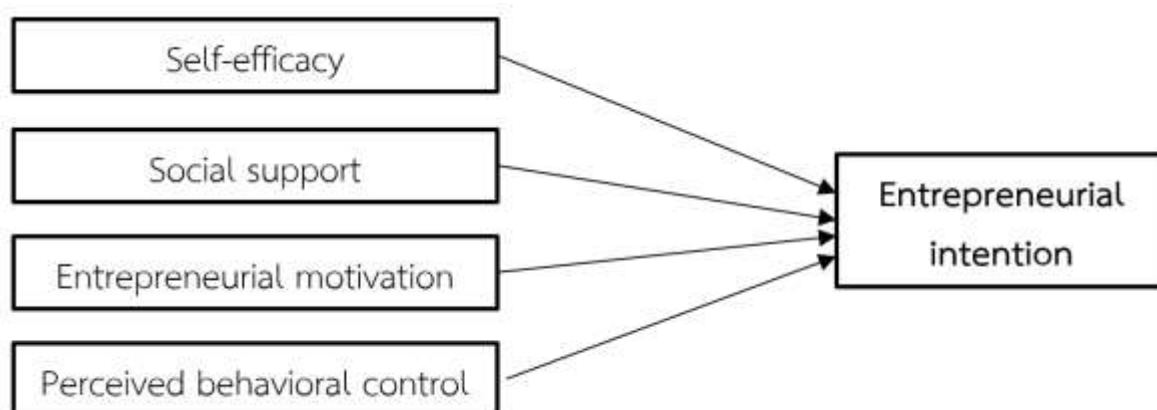
แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ได้รับ ความสนใจอย่างมากในการศึกษาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นแรงผลักดันภายในที่ส่งเสริมให้บุคคลกล้าตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง งานวิจัยหลายฉบับจากหลากหลายประเทศได้สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของแรงจูงใจดังกล่าว ดังนี้ Malebana (2021) ศึกษาในประเทศแอฟริกาใต้ โดยใช้นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของภาควิชาพาณิชยศาสตร์จำนวน 496 คนจากจังหวัด Limpopo และ Mpumalanga เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Olubodun et al. (2024) ศึกษาในประเทศไนจีเรีย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่าแรงจูงใจทางเศรษฐกิจมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Saraswati et al. (2022) วิจัยในจังหวัด Tulungagung ประเทศอินโดนีเซีย โดยมีช่างหินอ่อนจำนวน 157 คนเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีพื้นที่ทางธุรกิจของครอบครัวเป็นปัจจัยที่ส่งเสริม Javellana et al. (2024) ศึกษาในจังหวัด Cotabato ประเทศฟิลิปปินส์ โดยมีผู้ประกอบการอาชีพอิสระรุ่นใหม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเช่นกัน

การสนับสนุนทางสังคมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและลดความลังเลของบุคคลในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยเฉพาะในหมู่นักศึกษา การได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน อาจารย์ หรือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถส่งเสริมความกล้าในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ งานวิจัยในหลายประเทศได้ ยืนยันถึงบทบาทสำคัญของการสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังเช่น Siraj et al. (2022) วิจัยในรัฐ Kano ประเทศไนจีเรีย โดยใช้นักศึกษาที่ใกล้จบการศึกษา 197 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่าการสนับสนุนทางสังคมส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Ilevbare et al. (2022) ศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี 350 คนจาก 7 คณะในมหาวิทยาลัย Obafemi Awolowo ประเทศไนจีเรีย ผลการวิจัยระบุว่า การสนับสนุนทางสังคมสามารถทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ Acuña-Duran et al. (2021) ศึกษา กลุ่มนักวิชาการในประเทศชิลี พบว่าการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Arthur & Peprah (2024) ศึกษา นักศึกษาที่จบการศึกษาในปี 2019/2020 จากมหาวิทยาลัยในประเทศกานา พบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีผลเชิงบวกที่สำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Suganda & Simbolon (2023) วิจัยกับนักศึกษาสมาชิกสมาคม HIPMI ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 300 คน พบว่าการสนับสนุนทางสังคมทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลางระหว่างบรรทัดฐานส่วนบุคคลและความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ Tuan & Pham (2022) ศึกษา ในประเทศเวียดนามกับนักศึกษา 525 คน ที่เรียนวิชาผู้ประกอบการสังคม พบว่าการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสังคม

องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษานี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกลไกทางจิตวิทยาและสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาจีนในสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ โดยพบว่า ความเชื่อในความสามารถของตนเอง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ขณะเดียวกัน การสนับสนุนทางสังคมและ “แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม” ก็มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดความตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ส่วน องค์ความรู้ใหม่นี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการบูรณาการปัจจัยด้านจิตวิทยาและสังคมเข้ากับการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความยั่งยืนของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมในอนาคต องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

สรุป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางสังคม การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดีย มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิเคราะห์ด้วย Stepwise Multiple Regression พบว่า ตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัว ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial motivation) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ .835 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรทั้ง 4 นี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 83.5 ถือเป็นระดับที่สูงมาก สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง รองลงมาคือ การสนับสนุนทางสังคม แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ตามลำดับ ทั้งนี้ โมเดลการพยากรณ์ที่ได้มีความแม่นยำสูงและมีค่าความคลาดเคลื่อนของประมาณการต่ำ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลและบริบททางสังคมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักศึกษา เช่น การฝึกฝนทักษะการประกอบการผ่านโปรเจกต์จริง การสนับสนุนให้นักศึกษามีโอกาสในการนำเสนอแนวคิดธุรกิจของตนเองในเวทีที่สามารถรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
- 2) การสนับสนุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น ควรสร้างเครือข่ายการสนับสนุนทั้งจากเพื่อนร่วมรุ่น ครูอาจารย์ และผู้ประกอบการในวงการธุรกิจ โดยอาจจัดเวทีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการเป็นที่ปรึกษาให้กับนักศึกษา
- 3) การพัฒนาโปรแกรมการศึกษาที่มุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ควรได้รับการส่งเสริมมากขึ้น การจัดกิจกรรมหรือคอร์สฝึกอบรมที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสามารถช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา
- 4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น ควรสนับสนุนให้นักศึกษามีการพัฒนาทักษะด้านการควบคุมตนเอง เช่น การจัดการเวลา การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และการเผชิญกับอุปสรรคในการทำธุรกิจ
- 5) ควรมีนโยบายติดตามผลนักศึกษาหลังสำเร็จการศึกษาในระยะยาว เพื่อประเมินพัฒนาการด้านความตั้งใจและพฤติกรรมผู้ประกอบการ อันจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาเชิงยั่งยืนของการศึกษาด้านผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 1) จัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในความสามารถของนักศึกษาโดยการจัดเวิร์กช็อปหรือโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นการพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเอง เช่น การนำเสนอแนวคิดธุรกิจในที่สาธารณะ หรือการมีส่วนร่วมในโปรเจกต์จริงที่จะช่วยให้นักศึกษามีโอกาสพิสูจน์ความสามารถของตนเองในเชิงปฏิบัติ
- 2) สร้างโปรแกรมการสนับสนุนทางสังคมระหว่างนักศึกษาและผู้ประกอบการด้วยการสร้างเครือข่ายการสนับสนุนระหว่างนักศึกษาและผู้ประกอบการหรือผู้มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจ เช่น การจัดกิจกรรมหรือการเป็นที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำและช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ของการทำธุรกิจ
- 3) พัฒนาโปรแกรมการศึกษาที่กระตุ้นแรงจูงใจในการประกอบการโดยการออกแบบหลักสูตรหรือกิจกรรมที่สามารถกระตุ้นความสนใจและแรงจูงใจในการประกอบการ เช่น การจัดประกวดแผนธุรกิจ การมอบทุนสนับสนุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจ หรือการนำเสนอแนวคิดธุรกิจที่มีศักยภาพ
- 4) จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการควบคุมพฤติกรรมและการจัดการตนเองโดยการจัดกิจกรรมที่เน้นการพัฒนาทักษะการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งสามารถช่วยให้นักศึกษามีความพร้อมในการเผชิญกับความท้าทายในการเริ่มต้นธุรกิจ
- 5) ควรติดตามบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรวบรวมข้อมูลการประกอบอาชีพและนำมาพัฒนาหลักสูตรหรือกิจกรรมเสริมสร้างทักษะผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาผลกระทบของปัจจัยด้านการศึกษาเพิ่มเติม เช่น ความรู้ทางธุรกิจ ความสามารถในการบริหารจัดการ หรือประสบการณ์ในการทำธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- 2) ควรมีการสำรวจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการหรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษา ซึ่งจะช่วยให้มีข้อมูลเพิ่มเติมในการออกแบบโปรแกรมและนโยบายที่สนับสนุนการประกอบการให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น
- 3) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานทางการศึกษาและสาขาวิชาที่แตกต่างกัน เช่น นักศึกษาด้านการธุรกิจและนักศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

- Acuña Duran, E., Pradenas-Wilson, D., Oyanedel, J., & Jalon, R. (2021). Entrepreneurial intention and perceived social support from academics-scientists at Chilean Universities. *Frontiers in Psychology*. 12, Article 682632.
- Aga, M. K. (2023). The mediating role of perceived behavioral control in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 12(1), 1–18.
- Alhiassah, M., et al. (2024). Impact of perceived behavioural control and personality traits on entrepreneurial intention of universities students - mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias*, 3, 709.

- Arthur, S., & Peprah, W. K. (2024). Correlation between social support and entrepreneurial intentions: Evidence from private and public universities in Ghana. *Pan-African Journal of Education and Social Sciences (PAJES)*. 5(1), 71-86.
- Baciu, E.-L., et al. (2020). The association between entrepreneurial perceived behavioral control, personality, empathy, and assertiveness in a Romanian sample of nascent entrepreneurs. *Sustainability*. 12(24), 10490.
- Ben-Hafaïedh, C., et al. (2024). Entrepreneurship as collective action: The next frontier. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. 42(1), 3–13.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- D'Angelo, S., et al. (2024). Understanding corporate entrepreneurship in the digital age: a review and research agenda. *Review of Managerial Science*. 18, 3719–3774.
- Dong, S., & Chang, Y. (2024). The theory of planned behavior explored in entrepreneurial intentions among university students in Shandong province, China. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*. 8(10), 7186.
- Fauziah, S., et al. (2025). The Influence of creative self-efficacy on entrepreneurial intention through creative process involvement and attitude. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*. 7(1), 1–10.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). London: SAGE Publications.
- Gao, Y., & Qin, X. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13, 1049232.
- Gonzalez-Tamayo, L. A., et al. (2024). University student entrepreneurial intentions: The effects of perceived institutional support, parental role models, and entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 31(8), 205–227.
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.
- Huang, F., et al. (2025). How entrepreneurial spirit influences entrepreneurial intentions Through psychological capital: A case study in Guangxi, China. *Human Behavior, Development and Society*. 26(1), 143-155.
- Hunsley, J., & Meyer, G. J. (2003). The incremental validity of psychological testing and assessment: Conceptual, methodological, and statistical issues. *Psychological Assessment*. 15(4), 446–455.
- Ilevbare, F. M., et al. (2022). Social support and risk-taking propensity as predictors of entrepreneurial intention among undergraduates in Nigeria. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 16(2), 90-107.

- Javellana, M. R. D., et al. (2024). The influence of entrepreneurship education and motivation to entrepreneurial intention of young professionals in Cotabato Province. *Psychology and Education: A Multidisciplinary Journal*. 26(4), 362–373.
- Jinghua, L. & Kaiyawong, S. (2025). The Study of Entrepreneurial Intention Influencing Factors in Liuzhou Institute of Technology. *Journal of MCU Social Science Review*. 14(2), 97–109.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2005). *Applied linear statistical models* (5th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Leal Filho, W., et al. (2024). Higher education and sustainable entrepreneurship: The state of the art and a look to the future. *Sustainable Development*.
- Li, J., & Kaiyawong, S. (2025). Factors influencing entrepreneurial intentions of undergraduate students in Liuzhou Institute of Technology, Guangxi Province, China. *Journal of MCU Social Science Review*. 14(2), 95–106.
- Liguori, E. W., et al. (2024). Charting the future of entrepreneurship: a roadmap for interdisciplinary research and societal impact. *Cogent Business & Management*. 11(1), 2314218.
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: An empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in Psychology*.
- Lin, Q., Chen, Y., Lai, J., & Zhang, X. (2024). The effect mechanism of perceived entrepreneurial environment on Chinese college students' entrepreneurial intention: chain mediation model test. *Frontiers in Psychology*, 15:1374533.
- Lyu, X., Al Mamun, A., Yang, Q., & Aziz, N. (2024). Social entrepreneurial intention among university students in China. *Scientific Reports*. 14(1), 7362.
- Malebana, M. J. (2021). The effect of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention of South African rural youth. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 27(S3), 1–14.
- Mensah, I. K., Zeng, G., Luo, C., & Xiao, Z. (2021). (2021). Exploring the predictors of Chinese college students' entrepreneurial intention. *SAGE Open*, July-September 2021, 1–14.
- Mwange, A., Matoka, W., Noombo, C., & Chibesa, K. (2025). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of youths in Zambia: The mediating roles of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial attitudes. *African Journal of Commercial Studies*. 6(1), 74–83.

- Nursyirwan, V., Purwana, D., Suhud, U., & Harahap, I. L. P. (2022). Entrepreneurial intention among students: The effect of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*. 10(2), 193–205.
- Olubodun, I. E., et al. (2024). Entrepreneurial motivation and university students' intention in Nigeria: Mediation effect of economic motivation. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*. 12(2), 36–55.
- Otchengco, A. M., Jr., & Akiate, Y. W. D. (2021). Entrepreneurial intentions on perceived behavioral control and personal attitude: Moderated by structural support. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 15(1), 14–25.
- Pakdeechoho, N. (2022). The Effects of attitude and self-efficacy toward entrepreneurial intentions of students. *Journal of Accounting and Management, Mahasarakham University*. 15(2), 65–78.
- Nurul Qamari, I., Azizah, S., & Farahdiba, D. (2022). Determinants of entrepreneurial intentions: Evidence from undergraduate students. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*. 15(2), 105–118.
- 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(2), 49–60.
- Saraswati, T. T., et al. (2022). Entrepreneurship motivation behind entrepreneurship intention with a family business background. *LITERACY: International Scientific Journals Of Social, Education and Humaniora*. 1(3), 1–9.
- Sevilla-Bernardo, J., et al. (2024). Successful entrepreneurship, higher education and society: from business practice to academia. *Humanities and Social Sciences Communications*. 11(1404), 1-20.
- Siraj, L. T., Jirgi, J. M., Yerima, H. M., & Ibrahim, M. B. (2022). Social Support and Entrepreneurial Intention Among Graduating Students in Kano State, Nigeria. *Global Scientific Journals*. 10(6), 1874-1882.
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C.-L., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(8), 4519.
- Suganda, U. K., & Simbolon, E. D. (2023). Building entrepreneurial intention: The moderating role of social support. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*. 4(2), 304-313.
- Suyono, & Safrizal, H. B. A. (2024). An empirical study on the role of perceived behavioral control and subjective norms in shaping entrepreneurial intentions and actions. *Journal of System and Management Sciences*. 14(12), 285–299.

- Tremma, O., Tremma, O., Walley, K., Liu, T., Adkins, P., Tan, F., & Turner, S. (2023). Digital entrepreneurship in China: insight into online business start-up among Chinese university students based on entrepreneurial intention. *International Journal of Humanities and Social Sciences Review*. 3(1), 61–93.
- Tuan, A. B. N., & Pham, M. (2022). The role of mindfulness and perceived social support in promoting students' social entrepreneurial intention. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 10(1), 145-160.
- Wahyuni, N. K. P., & Piartini, P. S. (2021). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention (Case study Faculty of Economica and Business, Universitas Udayana). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*. 5(5), 188–195.
- Wasim, J., Haj Youssef, M., Christodoulou, I., & Reinhardt, R. (2024). The Path to Entrepreneurship: The Role of Social Networks in Driving Entrepreneurial Learning and Education. *Journal of Management Education*. 48(3), 459–493.
- Wu, M. X., Wang, M. M., Soar, J., & Gide, E. (2016). China's E-Commerce Higher Education: A 15 Years Review from International Viewpoint. *Open Journal of Social Sciences*. 4(10), 155–164.
- Yang, Q., Al Mamun, A., Long, S., Gao, J., & Mohd Ali, K. A. (2024). The effect of environmental values, beliefs, and norms on social entrepreneurial intentions among Chinese university students. *Humanities and Social Sciences Communications*. 11(97), 1-14.
- Ye, L., Zhang, T., Zhang, Q., & Mi, Z. (2025). University Support for Student Entrepreneurship in China: Developing Entrepreneurial Capacity and Intentions. *SAGE Open*, April-June.
- Ye, Z.-M., & Kang, K.-W. (2025). The Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Entrepreneurial Attitude as a Mediator and Entrepreneurship Education Having a Moderate Effect. *Sustainability*. 17(10), 4733.
- Zhang, C. (2024). Analysis of College Students' Entrepreneurship Under E-Commerce Environment. *International Journal of Global Economics and Management*. 2(2), 1–6
- Zhang, Y., & Wang, Y. (2023). A Survey of Entrepreneurial Intentions among Chinese College Students. *Global Research in Higher Education*. 6(3), 58–66.