

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจ
เป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา
Causal Factors Influencing Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial
Intentions among University of Phayao's Undergraduate Students

ชาญชัย พรหมมี

Chanchai Pommi

ธัญทิพย์ คฤหโยธิน

Tanyatip Kharuhayothin

กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์

Kamolpong Ratanasanguanvongs

บุรินทร์ บัณฑิตวงศ์

Burin Buntavong

คณิสต์ คณิสราพรพงศ์

Khanis Khanissarapornpong

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

School of Business and Communication Arts, University of Phayao

Received: 9 May 2025

Revised: 2 July 2025

Accepted: 28 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ และความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่มีต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 313 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ขณะที่ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ แต่ไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ และกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยนี้มีคุณูปการต่อสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมเสริมที่ส่งเสริมกระบวนการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้แก่ นิสิต เพื่อเสริมสร้างทัศนคติและทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

คำสำคัญ: การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ; ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ; ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง; กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ; ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

This research aims to examine the influence of entrepreneurial education, entrepreneurial knowledge, and self-efficacy on entrepreneurial mindset and entrepreneurial intentions among undergraduate students at the University of Phayao. The study employed quantitative research methodology, collecting data through an online questionnaire from a stratified random sample of 313 respondents. Data analysis was conducted using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The findings revealed that entrepreneurial education had a significant positive influence on both self-efficacy and entrepreneurial mindset, whereas entrepreneurial knowledge significantly positively influenced entrepreneurial mindset but showed no significant effect on self-efficacy. Furthermore, self-efficacy demonstrated a significant positive influence on entrepreneurial mindset, which exhibited a significant positive influence on entrepreneurial intentions. This research provides valuable insights for educational institutions regarding the development of curricula and co-curricular activities that foster entrepreneurial mindset development among students, thereby enhancing the attitudes and skills essential for future entrepreneurial endeavors.

Keywords: entrepreneurial education; entrepreneurial knowledge; self-efficacy; entrepreneurial mindset; entrepreneurial intentions

1. บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันหลายธุรกิจกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หนึ่งในแนวทางของการพัฒนาในระดับบุคคลที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ คือ การพัฒนารอบความคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ซึ่งเป็นสมรรถนะหลักที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแสวงหาโอกาสและตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ (Kuratko & Morris, 2018) ผู้ที่มีกรอบความคิดแบบนี้จะมีความสามารถพิเศษในการมองปัญหาเป็นโอกาส คิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเปิดรับการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้ลูกค้าผ่านการเข้าใจความต้องการที่แท้จริงและนำเสนอแนวทางแก้ไขที่ตรงประเด็น (Davis et al., 2016) สถาบันการศึกษาสามารถมีส่วนร่วมสำคัญในกระบวนการพัฒนารอบความคิดนี้ให้แก่ผู้เรียนผ่านการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Nabi et al., 2017) พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยเสริมความมั่นใจให้บัณฑิตพร้อมก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

การมีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนิสิตในยุคปัจจุบัน เพราะไม่เพียงแต่จะช่วยให้บัณฑิตมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตนเองได้มากขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมทักษะและคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการทำงานในอนาคต (Saptono et al., 2020) ในงานวิจัยของ Nabi et al. (2017) ที่ได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยจำนวนมากพบว่า นิสิตที่ได้รับการพัฒนารอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเรียนการสอนแบบเน้นการเป็นผู้ประกอบการจะมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูงกว่านิสิตทั่วไป มีความรู้และทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า และมีแนวโน้มที่จะสามารถสร้างธุรกิจที่

ประสบความสำเร็จได้มากกว่า ในทำนองเดียวกันงานวิจัยของ Rae & Woodier-Harris (2013) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนิสิตในประเทศอังกฤษก็พบว่า นิสิตที่ผ่านการเรียนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีโอกาสที่จะเริ่มทำธุรกิจของตัวเองสูงถึง 3 เท่า เมื่อเทียบกับนิสิตทั่วไป และธุรกิจของเขามีอัตราการอยู่รอดที่สูงกว่าอีกด้วย นอกจากนี้จะเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการแล้วการมีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการยังช่วยส่งเสริมคุณลักษณะอื่นที่เป็นประโยชน์อีกมาก อาทิ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การมองปัญหาในมุมมองที่แตกต่าง ความกล้าเสี่ยง และความสามารถในการปรับตัว (Ndou et al., 2019) ที่จะได้รับการพัฒนาควบคู่ไปกับการรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่ากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการเป็นเสมือนกุญแจสำคัญที่จะช่วยเปิดประตูสู่โอกาสและความสำเร็จในอนาคตให้กับนิสิตไม่ว่าพวกเขาจะเลือกเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการ หรือการทำงานในสายอาชีพอื่น ๆ (Daspit et al., 2023)

จากการทบทวนวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการมีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการในนิสิตแต่กลับพบว่ายังมีองค์ความรู้ที่จำกัดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ดังที่ Cui & Bell (2022) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งศึกษากับกลุ่มนิสิตในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร หรือออสเตรเลีย ในขณะที่การศึกษาในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในแถบเอเชียและแอฟริกา ยังมีอยู่ในจำนวนไม่มาก (Larsen et al., 2023) ทั้งนี้ การขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการบริบทของประเทศกำลังพัฒนาถือเป็นช่องว่างที่สำคัญ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้วอย่างมาก (Bruton et al., 2008) ความแตกต่างเหล่านี้อาจส่งผลให้การพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการในนิสิตของประเทศกำลังพัฒนามีความท้าทายและอุปสรรคที่แตกต่างออกไปจากประเทศพัฒนาแล้ว

ในบริบทของประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่มของประเทศกำลังพัฒนา ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยเป็น SMEs ประมาณร้อยละ 99.5 และรองรับการจ้างงานมากถึงร้อยละ 70 (Thai Credit Guarantee Corporation, n.d.) แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของผู้ประกอบการรายใหม่ในการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศสำหรับมหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมีบทบาทในการผลิตบุคลากรเพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคและในระดับประเทศ โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนากำลังคนที่มีทักษะแห่งอนาคตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (University of Phayao, 2025) ดังนั้น การทำความเข้าใจปัจจัยเชิงสาเหตุที่เอื้อหรือขัดขวางการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการในนิสิตจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถาบันการศึกษา (Nabi et al., 2017)

แม้ว่าการศึกษเกี่ยวกับกรอบความคิดผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะมีอยู่หลากหลาย (Saptono et al., 2020; Bachmann et al., 2024) แต่งานวิจัยที่มีอยู่ยังขาดการบูรณาการระหว่างปัจจัยระดับสถาบัน (Institutional Factors) และปัจจัยระดับบุคคล (Individual Factors) อย่างเป็นระบบ ในงานวิจัยนี้ได้บูรณาการทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory) (Coduras et al., 2008) และทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพ (Social Cognitive Career Theory) (Lent et al., 1994) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยในระดับสถาบันและปัจจัยในระดับบุคคล ซึ่งทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory) ได้บ่งชี้ว่าบรรทัดฐาน กฎระเบียบ และค่านิยมทางสังคมมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมมองครและบุคคล ขณะที่ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพ (Social Cognitive Career Theory) เน้นว่าปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) และความคาดหวังผลลัพธ์ (Outcome Expectation) มีผลต่อการ

ตัดสินใจทางอาชีพ การบูรณาการทั้งสองทฤษฎีจะเป็นการช่วยอธิบายว่าสภาพแวดล้อมระดับสถาบัน (เช่น หลักสูตรการศึกษา องค์ความรู้ภายนอก) ส่งอิทธิพลต่อปัจจัยระดับบุคคล (เช่น การรับรู้ความสามารถทางผู้ประกอบการ) อย่างไร และปัจจัยทั้งสองระดับนี้ส่งผลร่วมกันต่อการพัฒนากรอบความคิดและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิตอย่างไร ซึ่งความเข้าใจเชิงบูรณาการนี้จะช่วยให้สถาบันการศึกษาออกแบบโปรแกรมพัฒนาผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการรอบความคิดและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งผลการวิจัยนี้จะมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อสถาบันการศึกษาในแง่ของการพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ส่งเสริมกระบวนการพัฒนากรอบแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้แก่ นิสิต นอกจากนี้ ยังช่วยให้สถาบันสามารถจัดสภาพแวดล้อมและบริการสนับสนุนที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นิสิตมีทัศนคติและทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่มีผลต่อการรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ
- 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

3.1 ทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory)

ทฤษฎีสถาบันเป็นกรอบเชิงทฤษฎีที่อธิบายอิทธิพลของสถาบันที่มีต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจขององค์กรและบุคคล โดยสถาบัน หมายถึง กฎเกณฑ์ บรรทัดฐาน และระบบความเชื่อที่มีการยอมรับร่วมกันในสังคม โดยทฤษฎีนี้มุ่งเน้นศึกษาแรงกดดันเชิงสถาบัน (Institutional Pressures) สามประเภทหลัก ได้แก่ แรงกดดันเชิงควบคุม (Regulative Pressures) ที่เกิดจากกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน (Normative Pressures) ที่เกิดจากค่านิยมและความคาดหวังทางสังคม และแรงกดดันเชิงการตระหนักรู้ (Cognitive Pressures) ที่เกิดจากระบบความเชื่อและกรอบความคิดที่มีการยอมรับร่วมกัน (Powell, 2000; DiMaggio & Scott, 2013) ทฤษฎีสถาบันช่วยอธิบายว่าทำไมองค์กรหรือบุคคลจึงแสดงพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันในสภาพแวดล้อมเดียวกันผ่านกระบวนการเลียนแบบสถาบัน (Institutional Isomorphism)

ในบริบทของการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทฤษฎีสถาบันมีบทบาทสำคัญในการอธิบายว่าสภาพแวดล้อมเชิงสถาบันมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการอย่างไร โดยระบบการศึกษา นโยบายรัฐบาล วัฒนธรรมองค์กร และบรรทัดฐานทางสังคมล้วนเป็นองค์ประกอบของสถาบันที่หล่อหลอมกรอบความคิดและการรับรู้เกี่ยวกับโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ (Bruton et al., 2010; Thornton et al.,

2011) โดยในงานวิจัยนี้ได้กำหนดให้ตัวแปรด้านการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการและความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแทนของโครงสร้างทฤษฎีสถาบันที่มีส่วนสนับสนุนความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

3.2 ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพ (Social Cognitive Career Theory)

ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพเป็นกรอบทฤษฎีที่พัฒนาโดย Lent et al. (1994) โดยมีรากฐานมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura ทฤษฎีนี้เน้นการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพ การพัฒนาความสนใจ และพฤติกรรมทางอาชีพของบุคคล โดยมีองค์ประกอบหลักสามประการ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ซึ่งหมายถึงความเชื่อของบุคคลในความสามารถของตนในการปฏิบัติงานหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ ความคาดหวังผลลัพธ์ (Outcome Expectations) ที่เป็นการคาดการณ์ของบุคคลเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำของตน และเป้าหมายส่วนบุคคล (Personal Goals) ที่เป็นการกำหนดจุดมุ่งหมายและแนวทางการดำเนินชีวิตในอนาคต (Bandura, 1986; Lent et al., 1994)

ในบริบทของการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพมีบทบาทสำคัญในการอธิบายกระบวนการก่อตัวของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านแนวคิดความเชื่อมั่นของบุคคลในความสามารถของตนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การระบุโอกาสทางธุรกิจ การจัดหาทรัพยากร การบริหารความเสี่ยง และการสร้างเครือข่าย (Boyd & Vozikis, 1994; Wilson et al., 2007) ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายว่าบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถการเป็นผู้ประกอบการสูง มีแนวโน้มที่จะมีความคาดหวังผลลัพธ์ในเชิงบวกจากการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น และจะตั้งเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในที่สุด โดยประสบการณ์ในอดีต การสังเกตแบบอย่าง การชักชวนจากผู้อื่น และสถานะทางอารมณ์ล้วนเป็นแหล่งที่มาของความเชื่อมั่นในความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ

3.3 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention)

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง แรงจูงใจและความมุ่งมั่นของบุคคลที่จะเริ่มต้นธุรกิจหรือกิจการใหม่ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Saptono et al., 2023) โดยที่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการนั้นได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งด้านทัศนคติส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก และกระบวนการทางความคิด ในงานวิจัยของ Caputo et al. (2025) ได้ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับความเสี่ยงมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับความสามารถในการระบุโอกาสทางธุรกิจและการเสริมสร้างการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ในขณะเดียวกันความรู้ด้านการประกอบการยังมีส่วนสำคัญในการกำหนดปัจจัยเชิงสาเหตุทางความคิดที่ขับเคลื่อนความตั้งใจดังกล่าว (Vu et al., 2024) นอกจากนี้ Ashraf et al. (2024) ยังพบว่า กรอบความคิดแบบผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางที่ช่วยผลักดันองค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการให้กลายเป็นความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลากหลายมิติ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและสังคม เช่น ความรู้ กรอบความคิด การศึกษา รวมถึงความสามารถในการจัดการกับความสามารถของตนเอง (Saptono et al., 2020; Nguyen & Nguyen, 2024) ซึ่งข้อค้นพบเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการใช้แนวทางแบบองค์รวมในการทำความเข้าใจและส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ บูรณาการความรู้และทักษะส่วนบุคคล การเสริมสร้างกรอบ

ความคิด และการสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็งและยั่งยืน

3.4 กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset)

กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจอย่างมากในวงการธุรกิจและการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยหมายถึงชุดของทัศนคติ ความเชื่อ และแนวทางการคิดที่ช่วยให้บุคคลสามารถระบุโอกาส สร้างสรรค์นวัตกรรม และดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่าในสภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนและความเสี่ยง (Daspit et al., 2023) แนวคิดนี้ครอบคลุมลักษณะสำคัญหลายประการ เช่น ความกล้าเสี่ยง ความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น การมองเห็นโอกาส และความสามารถในการแก้ปัญหา นักวิชาการหลายท่าน เช่น McGrath & MacMillan (2000) ได้อธิบายว่า ผู้ที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการจะมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสที่ผู้อื่นมองข้าม สามารถคิดนอกกรอบเพื่อหาวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา และมีความมุ่งมั่นที่จะผลักดันความคิดให้เป็นจริง แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรคและความล้มเหลว นอกจากนี้ Dweck (2006) ยังได้เชื่อมโยงกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการกับแนวคิดเรื่อง Growth Mindset ซึ่งเป็นความเชื่อว่าความสามารถและทักษะสามารถพัฒนาได้ผ่านความพยายามและการเรียนรู้ ทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะมองความท้าทายเป็นโอกาสในการเติบโตและพัฒนาตนเอง

งานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแนวคิดนี้ในหลากหลายมิติ งานวิจัยของ Haynie et al. (2012) ได้พัฒนาแบบจำลองของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการโดยเน้นความสำคัญของความยืดหยุ่นทางความคิด (Cognitive Adaptability) ซึ่งเป็นความสามารถในการปรับเปลี่ยนกระบวนการคิดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับความยืดหยุ่นทางความคิดสูงมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมากกว่า นอกจากนี้ งานวิจัยของ Neneh (2012) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลาง (SMEs) ในประเทศแอฟริกาใต้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็งมีแนวโน้มที่จะสร้างผลกำไรและการเติบโตของธุรกิจได้ดีกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในด้านการศึกษา งานวิจัยของ Kuratko & Morris (2018) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรการศึกษาด้านธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ โดยเสนอแนะว่า สถาบันการศึกษาควรออกแบบหลักสูตรที่ไม่เพียงแต่ให้ความรู้ด้านธุรกิจ แต่ยังต้องส่งเสริมการพัฒนาทักษะการคิดเชิงผู้ประกอบการ การรับมือกับความไม่แน่นอน และการสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

3.5 การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education)

การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ เป็นศาสตร์แห่งการเรียนรู้ที่มีหลากหลายมิติ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และกรอบความคิดที่จำเป็นสำหรับบุคคลในการก้าวเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการและประสบความสำเร็จ การศึกษาด้านนี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ นวัตกรรม และการแก้ไขปัญหาสังคม (Amaral et al., 2024) โดย Neck & Corbett (2018) ได้นิยามการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นกระบวนการพัฒนาบุคคลให้มีความสามารถในการระบุโอกาส สร้างสรรค์นวัตกรรม และดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยครอบคลุมทั้งการพัฒนาความรู้ทางทฤษฎีและทักษะปฏิบัติ การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติ โดยมีการบรรจุเนื้อหาการเป็นผู้ประกอบการเข้าไปในหลักสูตรการศึกษาทั้งในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาในหลายประเทศทั่วโลก ในงานวิจัยของ Kaur & Chawla

(2023) ได้ศึกษาในประเทศอินเดียเกี่ยวกับผลกระทบของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการต่อการพัฒนาทักษะและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนิสิต พบว่าองค์ความรู้ทางการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีผลกระทบเชิงบวกต่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ และมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความมั่นใจและความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจของนิสิต นอกจากนี้ Hahn et al. (2020) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการในการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเน้นย้ำความสำคัญของการบูรณาการแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ากับการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ Lackeus (2020) ได้เสนอแนวคิดในการปฏิรูปการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงและการสร้างคุณค่า (Value Creation Pedagogy) เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการในโลกธุรกิจจริง ทั้งนี้ การพัฒนาการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและสังคมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาครัฐ และหน่วยงานภาคีรัฐ เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต ในบริบทของประเทศไทย งานวิจัยของ Somjai et al. (2019) และ Phrakhrupatnontakitti (2019) ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการรอบความคิดเชิงประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการได้แสดงบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างแรงบันดาลใจของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิต และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

3.6 ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Knowledge)

ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญครอบคลุมทักษะ ทักษะคติ และความเข้าใจที่จำเป็นสำหรับบุคคลในการเริ่มต้นและบริหารธุรกิจ (Saptono et al., 2023) ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การผสมผสานระหว่างความเข้าใจเชิงความคิดและเชิงปฏิบัติที่ช่วยให้บุคคลสามารถระบุโอกาส จัดการทรัพยากร และปรับตัวเข้ากับพลวัตของตลาดได้ (Caputo et al., 2025) ความรู้นี้ประกอบด้วยทั้งความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เช่น โมเดลธุรกิจและการวางแผนทางการเงิน และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เช่น ความเข้าใจเชิงสัญชาตญาณและทักษะการแก้ปัญหา ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการไม่เพียงแต่เตรียมบุคคลให้พร้อมเริ่มต้นธุรกิจของตนเองเท่านั้น แต่ยังเพิ่มโอกาสในการจ้างงานในตลาดแรงงานแบบดั้งเดิมอีกด้วย ทักษะและความรู้ที่ได้รับผ่านการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และความสามารถในการปรับตัว จึงเป็นสิ่งที่นายจ้างให้คุณค่าสูง ระดับขององค์ความรู้แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงกว่ามีความพร้อมมากกว่าในการจับคู่ทักษะของตนกับโอกาสในการทำงาน (Kucel et al., 2016)

ผลกระทบของความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันไปในบริบททางการศึกษาและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ในงานวิจัยของ Vu et al. (2024) พบว่านิสิตที่มีองค์ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการนั้นจะส่งผลความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการที่จะดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ตนเองเป็นผู้ประกอบการและยังส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในอนาคต รวมถึงงานวิจัยของ Caputo et al. (2025) ได้นำเสนอข้อค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการไม่เพียงส่งผลต่อทักษะเชิงปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมที่เกี่ยวข้อง และความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการดำเนินกิจกรรม การเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ในบริบทของประเทศไทย Suanpong et al. (2025) ได้ค้นพบว่านิสิตที่มีระดับขององค์ความรู้ทางด้านการเป็นผู้ประกอบการสูงมีแนวโน้มที่จะเกิดทัศนคติในเชิงบวก รวมถึงยังแสดงออกซึ่งความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการ กล่าวโดยสรุป ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเป็นแนวคิดที่มีหลายมิติซึ่งครอบคลุมทั้งความเข้าใจเชิงทฤษฎีและทักษะเชิงปฏิบัติ การส่งเสริมความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งที่นักการศึกษา ผู้กำหนดนโยบาย และผู้นำอุตสาหกรรมต้องให้ความสนใจ

3.7 ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)

ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) เป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นโดย Albert Bandura ในปี 1977 มีนิยามความหมายว่าเป็น ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการจัดการและดำเนินการพฤติกรรมที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในสถานการณ์เฉพาะต่าง ๆ ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการนั้น ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจึงเป็นความเชื่อมั่นของบุคคลในความสามารถของตนที่จะเริ่มต้นดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ (Zaremohzzabieh et al., 2019) ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Bandura (1997) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีแหล่งที่มาสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ประสบการณ์ความสำเร็จ ประสบการณ์จากการสังเกตผู้อื่น การชักจูงทางสังคม และสภาวะทางร่างกายและอารมณ์ ในงานวิจัยของ Vu et al. (2024) พบว่าประสบการณ์ในการเริ่มต้นธุรกิจและการได้รับการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องประสบการณ์ความสำเร็จ ในขณะที่ Prodan & Drnovsek (2010) ชี้ให้เห็นว่าการมีต้นแบบ (Role Models) ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องประสบการณ์จากการสังเกตผู้อื่น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในบริบททางด้านการเป็นผู้ประกอบการนั้นได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัยเชิงสาเหตุ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ทัศนคติ รวมถึงความรู้และการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ (Caputo et al., 2025) อีกทั้งความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองยังเป็นปัจจัยผลักดันให้บุคคลเกิดการพัฒนารอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ เช่นในงานวิจัยของ Bachmann et al. (2024) แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีบทบาทสำคัญในการยกระดับและกระตุ้นความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถจัดการกับความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการได้ พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจที่เข้มแข็งมากขึ้น เนื่องจากความเชื่อมั่นนี้ช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงและเพิ่มการรับรู้โอกาสความสำเร็จ และงานวิจัยของ Daspit et al. (2021) ที่ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการพัฒนารอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลมีสำคัญที่ส่งเสริมกระบวนการพัฒนารอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ กล่าวโดยสรุป ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีบทบาทสำคัญในกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ ตั้งแต่การพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ ไปจนถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ ในบริบทของประเทศไทย Pommi & Naksai (2020) ได้ค้นพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเป็นหนึ่งในปัจจัยในระดับบุคคลที่มีส่วนผลักดันให้นิสิตเกิดความปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถกำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังนี้
สมมติฐานที่ 1 (H_1): การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง

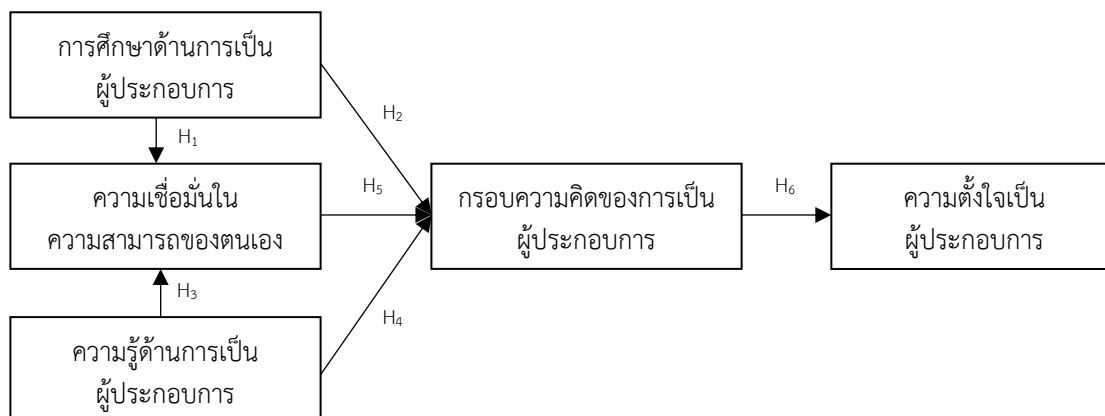
สมมติฐานที่ 2 (H_2): การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 3 (H_3): ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง

สมมติฐานที่ 4 (H_4): ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 5 (H_5): ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 6 (H_6): กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีกรวิจัย (Research Methodology)

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา จากฐานข้อมูลของงานทะเบียนนิสิต กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา มีจำนวนนิสิตที่ลงทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 21,059 คน (Division of Educational Services, University of Phayao, 2024) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน มีนักวิชาการได้แนะนำขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวนอยู่ระหว่าง 100-200 ตัวอย่าง หรือมีอัตราส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 10 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2021) ซึ่งในแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 28 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของงานวิจัยนี้จึงเท่ากับ 280 ตัวอย่าง โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของแต่ละคณะเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ช่วยนักวิจัยจะเป็นผู้รับผิดชอบในการนำแบบสอบถามออนไลน์ไป

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งติดตามการตอบกลับให้ครบตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ของแต่ละคณะ รวมถึงการดำเนินการติดตามเพิ่มเติมหากจำนวนผู้ตอบยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ

4.2 การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามถูกใช้เป็นเครื่องมือในงานวิจัย โดยปรับปรุงจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ (1) การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Saptono et al. (2020) (2) ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Saptono et al. (2020) (3) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Bachmann et al., (2024) (4) กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Mukhtar et al., (2021) (5) ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Saptono et al. (2020) โดยส่วนที่ 1–5 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ (6) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ รายรับต่อเดือน สังกัด และชั้นปี ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายปิด (Checklist) โดยแบบสอบถามต้นฉบับได้รับการแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย และแปลกลับจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Translate Back) โดยมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาศาสตร์เป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง แบบสอบถามได้รับการประเมินคุณภาพผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยคณาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งได้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ภายหลังการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ แบบสอบถามได้ถูกนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.812 ถึง 0.902 ซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (≥ 0.70)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับความคิดเห็น ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานงานวิจัยโดยใช้สถิติอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM)

5. ผลการวิจัย (Research Finding)

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 53.99 มีรายรับอยู่ระหว่าง 5,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 61.66 กำลังศึกษาอยู่ในสายมนุษยศาสตร์ - สังคมศาสตร์ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 64.86 และส่วนใหญ่อยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 37.06 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 313)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	169	53.99
	หญิง	124	39.62
	เพศทางเลือก	20	6.39
	รวม	313	100.00

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายรับต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท	117	37.38
	5,001 – 20,000 บาท	193	61.66
	20,001 บาท ขึ้นไป	3	0.96
	รวม	313	100.00
กลุ่มคณะที่สังกัด	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	116	37.06
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	102	32.59
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	95	30.35
	รวม	313	100.00

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนเริ่มการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทดสอบภาวะร่วมเส้นตรง (VIFs) เพื่อคัดกรองข้อมูลที่อาจจะมีค่าปัจจัยเพิ่มความแปรปรวนที่เกินค่ามาตรฐาน (≥ 3.3) โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับตัวแปรสังเกตได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.442 – 3.241 รวมถึงยังพิจารณาค่าการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าความเบ้และค่าความโด่ง ซึ่งทุกตัวแปรมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ± 2 (Hair et al., 2021)

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของ Anderson & Gerbing (1988) 2 ขั้นตอน ได้แก่ การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model) เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลเบื้องต้นของโมเดลภายนอก (Outer Model) แล้วจึงประเมินโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) เพื่อยืนยันสมมติฐานของโมเดลภายใน (Inner Model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 ผลการประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model)

ผลการประเมินโมเดลการวัดเริ่มจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ของข้อคำถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าอยู่ระหว่าง 0.731 – 0.909 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 นอกจากนี้ ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามซึ่งวัดจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.713 – 0.896 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 เช่นกัน สำหรับค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าอยู่ระหว่าง 0.739 – 0.897 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานจากการวิเคราะห์ทั้งสามเกณฑ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามของงานวิจัยมีความสอดคล้องภายในที่เหมาะสม (Hair et al., 2021) ในส่วนของการทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ได้ทำการประเมินโดยใช้ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2021) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า AVE ของทุกองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.590 – 0.775 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่ศึกษามีความตรงเชิงเหมือนที่เหมาะสม รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ทั้งหมดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบโมเดลการวัด

ข้อคำถาม	Factor Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education: EED)		0.843	0.844	0.679
การเรียนการสอนด้านการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของฉัน	0.838			

ข้อคำถาม	Factor Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
มหาวิทยาลัยให้ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	0.826			
มหาวิทยาลัยช่วยพัฒนาทักษะที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	0.821			
มหาวิทยาลัยสอนขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจและให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ	0.811			
ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Knowledge: EKN)		0.862	0.875	0.590
ฉันเข้าใจกฎหมายพื้นฐานที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจ	0.733			
ฉันรู้วิธีการหาแหล่งเงินทุนและทรัพยากรที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจ	0.731			
ฉันเข้าใจวิธีการบริหารจัดการธุรกิจเบื้องต้น	0.811			
ฉันรู้วิธีการทำการตลาดสินค้าและบริการ	0.775			
ฉันสามารถนำเสนอแผนธุรกิจได้	0.813			
ฉันมีความรู้พื้นฐานในการบริหารธุรกิจ	0.740			
ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy: SEF)		0.713	0.739	0.775
ฉันมั่นใจว่าสามารถมองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้	0.850			
ฉันมั่นใจว่าสามารถนำความคิดใหม่ ๆ มาทำเป็นธุรกิจได้	0.909			
กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset: EMS)		0.821	0.821	0.737
ฉันได้คิดถึงข้อดีและข้อเสียของการทำธุรกิจ	0.863			
ฉันได้รวบรวมข้อมูลทั้งด้านบวกและด้านลบเกี่ยวกับการทำธุรกิจ	0.882			
ฉันได้คิดไว้แล้วว่าจะทำธุรกิจอะไร	0.830			
ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: EIN)		0.896	0.897	0.708
ฉันอยากเป็นผู้ประกอบการ	0.844			
ฉันวางแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจอย่างจริงจัง	0.882			
ฉันตั้งใจจะเปิดธุรกิจของตัวเองในอนาคต	0.842			
ฉันจะทุ่มเทเพื่อให้ธุรกิจของตัวเองประสบความสำเร็จ	0.873			
ฉันพร้อมที่จะก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ	0.760			

การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ตามเกณฑ์การประเมินของ Fornell & Larcker (1981) จะพิจารณาจากค่า $\sqrt{AVE}$ ซึ่งควรมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า $\sqrt{AVE}$ มีค่าเกินกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโครงสร้าง แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความตรงอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 Fornell-Larcker criterion

ตัวแปร	EED	EKN	SEF	EMS	EIN
EED	0.824				
EKN	0.465***	0.768			
SEF	0.641***	0.265***	0.880		
EMS	0.655***	0.422***	0.529***	0.858	
EIN	0.508***	0.430***	0.352***	0.648***	0.841

หมายเหตุ ค่าในแนวทแยงมุม คือ ค่า $\sqrt{AVE}$, *** $p < 0.001$

5.2.2 ผลการประเมินโมเดลโครงสร้างและการทดสอบสมมติฐาน (Structural Model and Hypothesis Testing)

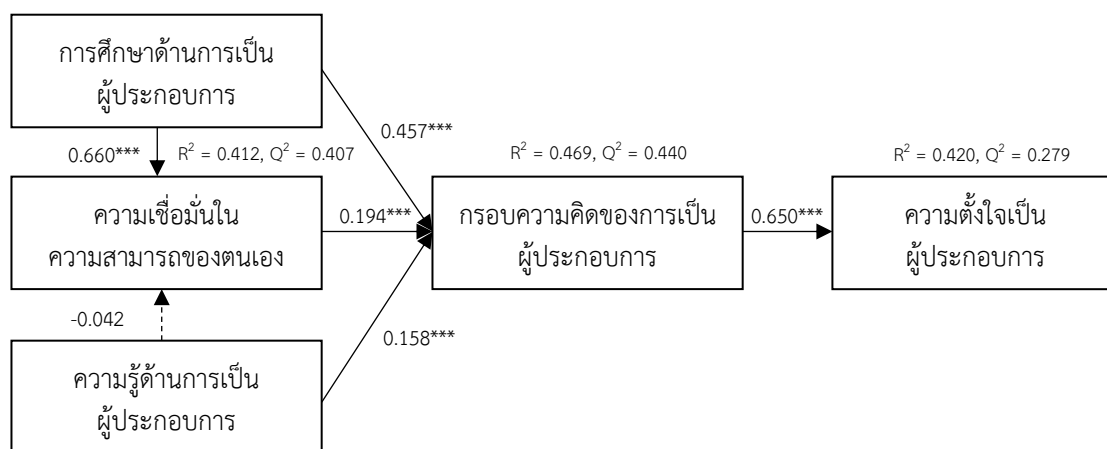
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares Structural Equation Modeling: PLS-SEM) ถูกนำมาใช้เพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอก (Exogenous Variable) และตัวแปรภายใน (Endogenous Variable) ตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยทำการทดสอบด้วยวิธีการ Bootstrapping จำนวน 5,000 resampling และประเมินค่าความสามารถในการทำนายของโมเดลด้วยค่าสหสัมพันธ์เชิงพหุยกกำลังสอง (R^2) ของโมเดลภายใน ซึ่งประกอบด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = 0.660, p < 0.001$) และกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.457, p < 0.001$) ในขณะที่ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.158, p < 0.001$) แต่ไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = -0.042, p > 0.05$) นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.194, p < 0.001$) และกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.650, p < 0.001$) จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 2, 4, 5 และ 6 แต่ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		β	<i>t-statistic</i>	Confidence Interval Bias		ผลลัพธ์
				Corrected		
				LCI	UCI	
H ₁	EED → SEF	0.660	20.964	0.599	0.721	ยอมรับ
H ₂	EED → EMS	0.457	8.742	0.351	0.557	ยอมรับ
H ₃	EKN → SEF	-0.042	1.156	-0.118	0.029	ปฏิเสธ
H ₄	EKN → EMS	0.158	4.131	0.081	0.231	ยอมรับ
H ₅	SEF → EMS	0.194	3.717	0.093	0.296	ยอมรับ
H ₆	EMS → EIN	0.650	21.085	0.585	0.707	ยอมรับ

และเมื่อพิจารณาค่าความสามารถในการทำนาย (R^2) พบว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำนายความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองได้ร้อยละ 41.20 ($R^2 = 0.412$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2021) สำหรับตัวแปรกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ และความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง สามารถร่วมกันทำนายกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 46.90 ($R^2 = 0.469$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ในส่วนของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการนั้น กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำนายความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 42.00 ($R^2 = 0.420$) ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลางตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2021) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่า Predictive Relevance (Q^2) พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีค่า $Q^2 = 0.407$ กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีค่า

$Q^2 = 0.440$ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมีค่า $Q^2 = 0.279$ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำนายที่เหมาะสมของโมเดล ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

หมายเหตุ: *** $p\text{-value} < 0.001$

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจในผลการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลเพื่อตอบสนองสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ผลการวิจัยได้ยืนยันความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1977) ที่เสนอว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเกิดจากแหล่งที่มาสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ประสบการณ์ความสำเร็จโดยตรง การเรียนรู้โดยการสังเกต การชักจูงทางวาจา และสภาวะทางร่างกายและอารมณ์ โดยที่การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพมักจะออกแบบให้มีองค์ประกอบที่ครอบคลุมแหล่งที่มาเหล่านี้ ผ่านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ประสบความสำเร็จในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่การแก้ไขปัญหาเล็ก ๆ ไปจนถึงการพัฒนาแผนธุรกิจที่มีความซับซ้อน ความสำเร็จในแต่ละขั้นตอนเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาที่ทรงพลังที่สุดของความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง นอกจากนี้ การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการยังมักจะมีการเชิญผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาแบ่งปันประสบการณ์ หรือการศึกษากกรณีตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้โดยการสังเกตว่าผู้อื่นที่มีคุณลักษณะคล้ายกับตนสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างไร และเมื่อเผชิญกับความล้มเหลวจะรับมืออย่างไร การเรียนรู้ผ่านตัวแบบเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำได้เช่นกัน ในระหว่างการศึกษา ผู้เรียนยังได้รับคำแนะนำ คำชี้แนะ และข้อมูลป้อนกลับจากผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้น ซึ่งถือเป็นการชักจูงทางวาจาที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง โดยเฉพาะเมื่อคำแนะนำและข้อมูลป้อนกลับนั้นมาจากผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพยังช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ที่จะจัดการกับความเครียด ความกังวล และความกลัวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งช่วยปรับปรุงสภาวะทางร่างกายและอารมณ์ อันเป็นแหล่งที่มาอีกประการหนึ่งของความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Piperopoulos & Dimov (2015)

ที่พบว่าหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่เน้นการปฏิบัติ (Practically-oriented) ส่งผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าหลักสูตรที่เน้นทฤษฎี (Theoretically-oriented) เนื่องจากให้โอกาสผู้เรียนได้พัฒนาทักษะและความมั่นใจผ่านประสบการณ์ตรง

สมมติฐานที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ โดยผลการวิจัยพบว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการช่วยเสริมสร้างและพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการถ่ายทอดความรู้และทักษะเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่ยังมุ่งปรับเปลี่ยนวิธีคิด มุมมอง และทัศนคติของผู้เรียนให้มีลักษณะของผู้ประกอบการ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นการทำทลายความเชื่อและมุมมองดั้งเดิม การส่งเสริมให้ผู้เรียนมองความล้มเหลวเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา และการสนับสนุนให้ผู้เรียนมองเห็นโอกาสท่ามกลางความท้าทาย ล้วนช่วยหล่อหลอมกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ McGrath & MacMillan (2000) กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญหลายประการ ได้แก่ การมองหาโอกาสอย่างกระตือรือร้น การมุ่งเน้นที่การลงมือทำด้วยระเบียบวินัย การเลือกโอกาสที่ดีที่สุด การมุ่งเน้นการดำเนินการ และการดึงดูดผู้อื่นให้ร่วมสร้างและใช้ประโยชน์จากโอกาส คุณลักษณะเหล่านี้สามารถพัฒนาได้ผ่านการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่ออกแบบมาอย่างเหมาะสม หลักสูตรการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมักจะมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการคิดนอกกรอบ การมองเห็นโอกาสในสถานการณ์ที่ผู้อื่นมองข้าม การคิดเชิงนวัตกรรม และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การได้สัมผัสกับวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการผ่านการศึกษาช่วยปรับเปลี่ยนค่านิยมและความเชื่อของผู้เรียนให้สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mukhtar et al. (2021) ที่เสนอว่าการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการพัฒนาวิธีคิดและมุมมองแบบผู้ประกอบการมากกว่าการสอนเพียงทักษะและความรู้เฉพาะ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Somjai et al. (2019) ในบริบทของประเทศไทยที่ได้ยืนยันว่าหลักสูตรหรือกิจกรรมเสริมหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่เน้นการสร้างผู้ประกอบการสามารถมีอิทธิพลต่อการพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรีได้ ดังนั้น การพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการผ่านการศึกษาเป็นกระบวนการที่ต้องต่อเนื่องและต้องอาศัยเวลา แต่สามารถส่งผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในระยะยาว

สมมติฐานที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ผลการวิจัยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการมีความรู้เชิงทฤษฎีหรือเนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว ไม่เพียงพอที่จะสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (1986) ที่เสนอว่าความรู้เชิงเนื้อหาเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการเรียนรู้ แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง การรู้ว่าจะทำอะไรไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นจะเชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งนั้นได้ ความแตกต่างระหว่าง "รู้ว่า" กับ "เชื่อว่าทำได้" เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ ผู้เรียนอาจมีความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ตลาด การทำแผนธุรกิจ หรือการระดมทุน แต่หากไม่เคยได้ทดลองปฏิบัติจริงหรือไม่เคยเห็นตัวอย่างความสำเร็จที่เกี่ยวข้อง ก็อาจไม่เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำได้ในสถานการณ์จริง งานวิจัยของ Vu et al. (2024) ได้แสดงให้เห็นว่าความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองก็ต่อเมื่อได้มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงหรือสถานการณ์จำลอง การเรียนการสอนที่เน้นการบรรยายและการท่องจำทฤษฎีโดยไม่มี

การปฏิบัติจริงมักไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการที่ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการทั้งความรู้และประสบการณ์ปฏิบัติ แทนที่จะเน้นการถ่ายทอดความรู้เพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ แม้ว่าความรู้จะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่ก็ยังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาทักษะและความสามารถด้านการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยได้ยืนยันความสัมพันธ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดหลักการ และทฤษฎีด้านการเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งผลต่อวิถีคิดและมุมมองของบุคคลได้ แม้ว่าความรู้ อาจไม่ส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่ความรู้ช่วยเปิดโลกทัศน์ใหม่และท้าทายความเชื่อเดิมที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการ การเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การมองเห็นโอกาส การสร้างคุณค่า การบริหารความเสี่ยง และการคิดเชิงนวัตกรรม จะช่วยให้บุคคลเข้าใจและซึมซับวิถีคิดแบบผู้ประกอบการได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และกรณีศึกษาของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว ยังช่วยให้บุคคลเข้าใจกระบวนการคิดและการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกรอบความคิดของตนเอง งานวิจัยของ Daspit, Fox, & Findley (2023) ได้เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการสามารถเกิดขึ้นได้ผ่านการขยายความรู้และการเผชิญกับมุมมองที่แตกต่าง ความรู้และความเข้าใจใหม่ ๆ สามารถท้าทายและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความคิดที่บุคคลใช้ในการตีความและตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ การมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการยังช่วยให้บุคคลสามารถมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างความรู้ในสาขาต่าง ๆ และการสร้างโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ควรตระหนักว่าอิทธิพลของความรู้ต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการอาจเป็นกระบวนการที่ใช้เวลาและต้องอาศัยการไตร่ตรองและการประมวลผลข้อมูลอย่างลึกซึ้ง (Davis, Hall & Mayer, 2016) การพัฒนากรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการผ่านความรู้จึงควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ความรู้อย่างมีวิจารณญาณ

สมมติฐานที่ 5 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่มีต่อกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างตัวแปรทั้งสอง บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงมักจะมีการรอบความคิดที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า การที่บุคคลเชื่อว่าตนเองมีความสามารถที่จะจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ได้ ทำให้มีแนวโน้มที่จะมองสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นโอกาสมากกว่าภัยคุกคาม มีความกล้าเสี่ยงมากขึ้น และมีความยืดหยุ่นทางความคิดมากขึ้น ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ตามทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อรูปแบบการคิด (Thought Patterns) ของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงมักจะตั้งเป้าหมายที่ท้าทายมากขึ้น มีความพยายามและความอดทนต่อความยากลำบากมากขึ้น และมีความสามารถในการฟื้นตัวจากความล้มเหลวได้ดีกว่า ลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการมองเห็นโอกาส การหาทางแก้ไขปัญหา และการเรียนรู้จากความผิดพลาด นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองยังส่งผลต่อการรับรู้และการตีความสถานการณ์ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงมักจะมองว่าสถานการณ์ที่ยากลำบากเป็นความท้าทายที่สามารถเอาชนะได้ แทนที่จะมองว่าเป็นภัยคุกคามที่ควรหลีกเลี่ยง มุมมองนี้สอดคล้องกับกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่มองความล้มเหลวเป็นโอกาสในการเรียนรู้และปรับปรุง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ Neck & Corbett (2018) ที่พบว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการมีความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และความเต็มใจที่จะปรับตัวในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 6 เพื่อศึกษาอิทธิพลของกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัยได้ยืนยันให้เห็นว่าวิธีคิดและมุมมองที่บุคคลมีต่อการเป็นผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจของตนเอง บุคคลที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมักจะมองเห็นโอกาสในสถานการณ์ต่าง ๆ มีความยืดหยุ่นทางความคิด และมีความกล้าเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม ซึ่งเอื้อต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) ความตั้งใจเป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่สุดของพฤติกรรม และความตั้งใจนั้นได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม กรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับทัศนคติและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บุคคลที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมักจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ มองเห็นคุณค่าและประโยชน์ของการเป็นเจ้าของธุรกิจ และเชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมและจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้ บุคคลที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมักจะมองความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา มากกว่าที่จะมองว่าเป็นการสิ้นสุดหรือความผิดพลาดร้ายแรง มุมมองนี้ช่วยลดความลังเลและความกลัวที่จะเริ่มต้นธุรกิจ งานวิจัยของ Cui & Bell (2022) ได้แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมักจะเห็นคุณค่าและความน่าดึงดูดของการเป็นผู้ประกอบการ และเชื่อว่าตนเองมีความสามารถที่จะจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ ในการเป็นผู้ประกอบการได้จึงมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ทั้งนี้ในบริบทของประเทศไทยนั้น Navavongsathian et al. (2021) ได้ยืนยันให้เห็นว่านิสิตที่มีกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการมีแนวโน้มสูงที่จะเป็นผู้ประกอบการเมื่อสำเร็จการศึกษา ข้อค้นพบเหล่านี้ถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญของปัจจัยในระดับสถาบันและระดับบุคคลที่มีส่วนผลักดันให้เกิดความปรารถนาที่จะแสดงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการอนาคต

7. การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

ผลที่ได้จากการวิจัยมีศักยภาพในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับมหาวิทยาลัยอย่างเป็นรูปธรรม โดยมหาวิทยาลัยสามารถนำข้อค้นพบนี้มาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความสมดุลระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ เช่น การเปลี่ยนรูปแบบวิชาทางด้านการตลาดจากการเรียนรู้แนวคิดทางทฤษฎีเพียงอย่างเดียวมาเป็นการให้นิสิตจัดทำแผนธุรกิจจริงและนำไปทดสอบกับผู้บริโภคในตลาด นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังสามารถพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น การจัดค่ายผู้ประกอบการที่ให้นิสิตได้ลงมือสร้างต้นแบบสินค้าหรือบริการใหม่ภายในระยะเวลาจำกัด การจัดโครงการ Startup Incubator ที่นิสิตได้รับคำปรึกษาจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และการสร้างห้องปฏิบัติการนวัตกรรมที่นิสิตสามารถทดลองไอเดียและเรียนรู้จากความล้มเหลวโดยไม่กลัวผลกระทบ

การสร้างความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวยังรวมถึงการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจอย่างเป็นระบบ เช่น การร่วมมือกับผู้ประกอบการเพื่อทำโครงการแก้ปัญหาจริงของธุรกิจ การเชิญผู้บริหารระดับสูงมาเป็นอาจารย์พิเศษในการสอนวิชาภาคปฏิบัติ และการส่งนิสิตไปฝึกงานในรูปแบบ Project-based Internship ที่มุ่งเน้นการสร้างสรรคนวัตกรรมมากกว่าการทำงานประจำ ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลให้มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม

ให้กับองค์กรในอนาคต สำหรับการขยายผลการวิจัยนี้ไปยังองค์กรอื่นนอกเหนือจากมหาวิทยาลัย พบว่าแนวคิดหลักสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจที่ต้องการพัฒนาวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Corporate Entrepreneurship) เช่น บริษัทอาจนำแนวคิดการเรียนรู้จากความล้มเหลวมาปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการสร้าง “Fail-fast Culture” ที่พนักงานกล้าทดลองไอเดียใหม่และปรับปรุงอย่างรวดเร็วเมื่อพบปัญหา โดยมีหลักการสำคัญ คือ การส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีกรอบความคิดแบบผู้ประกอบการที่เน้นการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าใหม่อย่างต่อเนื่อง จะให้เห็นได้ว่าผลการวิจัยนี้มีความยืดหยุ่นและสามารถสร้างประโยชน์ได้ทั้งในบริบทของสถาบันการศึกษาและองค์กรธุรกิจ

8. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

8.1 ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

งานวิจัยนี้มีคุณูปการต่อวงการวิชาการในหลายประเด็น ประการแรก การศึกษานี้เสริมสร้างความเข้าใจเชิงทฤษฎีโดยบูรณาการทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory) เข้ากับทฤษฎีการรับรู้ความสามารถทางอาชีพ (Social Cognitive Career Theory) ซึ่งขยายขอบเขตความรู้และสร้างกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมในการอธิบายกระบวนการพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ประการที่สอง งานวิจัยนี้เสนอข้อค้นพบสำคัญเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างผลของความรู้และการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยชี้ให้เห็นว่าความรู้เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการพัฒนาความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่จำเป็นต้องมีกระบวนการเรียนรู้ที่ครอบคลุม ข้อค้นพบนี้ท้าทายแนวคิดดั้งเดิมที่เน้นเพียงการถ่ายทอดความรู้ในการศึกษาด้านผู้ประกอบการ ประการที่สาม การศึกษานี้วิเคราะห์บทบาทของกรอบความคิดการเป็นผู้ประกอบการ ในฐานะตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างการศึกษา ความรู้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยแนวคิดนี้กำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในงานวิจัยปัจจุบัน ประการที่สี่ งานวิจัยนี้เสนอโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ครอบคลุมระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงและกลไกที่ซับซ้อนระหว่างการศึกษ ความรู้ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โมเดลนี้สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการ และประการสุดท้าย งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยชี้ให้เห็นว่าการศึกษามีประสิทธิภาพควรมุ่งเน้นการพัฒนาทั้งความรู้ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และกรอบความคิดของการเป็นผู้ประกอบการอย่างบูรณาการ ไม่ใช่เพียงการถ่ายทอดเนื้อหาหรือทักษะเฉพาะทาง องค์ความรู้นี้มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการและการออกแบบหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

8.2 ข้อเสนอแนะในเชิงการปฏิบัติ

งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้ ประการแรก สถาบันการศึกษาควรออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการที่บูรณาการทฤษฎีและปฏิบัติ เน้นสร้างประสบการณ์ตรงผ่านโครงการธุรกิจจริง การจำลองสถานการณ์ และการเรียนรู้จากต้นแบบความสำเร็จ มุ่งพัฒนาปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเองและกรอบความคิดผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมากกว่าการถ่ายทอดความรู้เพียงอย่างเดียว ประการที่สอง ผู้สอนและผู้ฝึกอบรมควรใช้วิธีการที่หลากหลายในการส่งเสริมการพัฒนาทั้งทักษะและมุมมอง เช่น กรณีศึกษาจากผู้ประกอบการจริง การเรียนรู้จากการปฏิบัติในสถานการณ์ที่ท้าทาย การชี้แนะแบบตัวต่อตัว และการสะท้อนคิดเชิงวิเคราะห์ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและกรอบความคิดเติบโตของผู้เรียน ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในระยะยาว ประการที่สาม

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรส่งเสริมผู้ประกอบการควรออกแบบโครงการแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งการพัฒนาความรู้ ความเชื่อมั่น และกรอบความคิด ผ่านกิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ โปรแกรมพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ การให้คำปรึกษาเฉพาะทาง การสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ และการเข้าถึงต้นแบบความสำเร็จ ไม่ใช่เพียงให้ความรู้หรือสนับสนุนเงินทุนเท่านั้น และประการสุดท้าย ผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการควรพัฒนาตนเองแบบองค์รวม โดยเน้นสร้างประสบการณ์จากการทดลองทำธุรกิจขนาดเล็ก เรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวอย่างมีวิจารณญาณ พัฒนามุมมองที่เปิดกว้างต่อโอกาสและความท้าทาย และสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเพื่อรับคำแนะนำและแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง

8.3 ข้อจำกัดของการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณาเมื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ประการแรก การออกแบบการวิจัยแบบภาคตัดขวางทำให้ไม่สามารถสรุปความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้อย่างชัดเจน ถึงแม้ผลการวิเคราะห์จะพบความสัมพันธ์ตามสมมติฐาน แต่การศึกษาในระยะยาวจะช่วยให้เข้าใจกลไกและลำดับความสัมพันธ์ได้ดียิ่งขึ้น การวิจัยในอนาคตควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่าง ๆ ตลอดช่วงเวลา และขยายไปถึงการวัดพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการจริงนอกเหนือจากเพียงความตั้งใจ ประการที่สอง การวัดตัวแปรในงานวิจัยนี้อาศัยการรายงานตนเอง ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผู้ตอบอาจมีอคติในการตอบ โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและกรอบความคิด การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการวัดที่หลากหลาย เช่น การสังเกตพฤติกรรม การวัดผลลัพธ์เชิงปฏิบัติจากโครงการงาน หรือการใช้แบบทดสอบสถานการณ์จำลอง เป็นต้น และประการที่สาม การวิจัยยังไม่ได้ควบคุมปัจจัยส่วนบุคคลอื่นที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เช่น บุคลิกภาพ ประสบการณ์ในอดีต ภูมิหลังทางครอบครัว หรือเครือข่ายทางสังคม การศึกษาในอนาคตควรพิจารณาปัจจัยเหล่านี้เพิ่มเติม และขยายไปยังบริบทที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อทดสอบความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amaral, D. T., Nieuwenhuizen, C. & Schachtebeck, C. (2024). Assessing the influence of entrepreneurial education on individual entrepreneurial orientation of university students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(70), 1-25. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00432-1>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Ashraf, M. A., Rahim, M. Z. b. A., Qureshi, I. M., & Hanif, M. (2024). Impact of entrepreneurial mindset and alertness on converting education into entrepreneurial intentions: A study of Pakistani university students. *Sustainability*, 16(21), 9345. <https://doi.org/10.3390/su16219345>
- Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What makes for future entrepreneurs? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 174, 114481. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>.

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H-L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x>
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Obloj, K. (2008). Entrepreneurship in emerging economies: Where are we today and where should the research go in the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00213.x>
- Caputo, A., Nguyen, V. H. A. & Delladio, S. (2025). Risk-taking, knowledge, and mindset: Unpacking the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(48), 1–29. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01064-3>
- Coduras, A., Urbano, D., Rojas, Á., & Martínez, S. (2008). The relationship between university support to entrepreneurship with entrepreneurial activity in Spain: A gem data based analysis. *International Advances in Economic Research*, 14, 395–406. <https://doi.org/10.1007/s11294-008-9173-8>
- Cui, J. & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100639. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100639>.
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1), 21–48. <https://doi.org/10.1037/cpb0000045>

- DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (2000). *The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*, Baum, J. A. C. & Dobbin, F. (Ed.) Economics Meets Sociology in Strategic Management (Advances in Strategic Management, 17), Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 143-166.
[https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(00\)17011-1](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17011-1)
- Division of Educational Services University of Phayao. (2024). *Current student statistics report categorized by field of study, faculty, major, and program*. Retrieved from
https://reg.up.ac.th/app/rpt/rpt_std_present_fac_group/preview/alwl
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
<https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G. & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: A family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257–282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Haynie, J. M., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2012). Cognitive adaptability and an entrepreneurial task: The role of metacognitive ability and feedback. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 237-265.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00410.x>
- Kaur, M. & Chawla, S. (2023). Understanding the relationship between entrepreneurship education, entrepreneurial attitudes, and entrepreneurial intentions among engineering graduates: The moderating role of gender. *Journal of Work-Applied Management*, 15(2), 200-215. <https://doi.org/10.1108/JWAM-05-2023-0039>
- Kucel, A., Róbert, P., Buil, M. & Masferrer, N. (2016). Entrepreneurial skills and education-job matching of higher education graduates. *European Journal of Education*, 51(1), 73-89.
<https://doi.org/10.1111/ejed.12161>
- Kuratko, D. F. & Morris, M. H. (2018). Examining the future trajectory of entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 11-23.
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12364>
- Lackéus, M. (2020). Comparing the impact of three different experiential approaches to entrepreneurship in education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 937-971. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2018-0236>
- Larsen, I. B., Blenker, P. & Neergaard, H. (2023). The entrepreneurial mindset in entrepreneurship education: What can we learn from S-O-R models?. *Education + Training*, 65(8/9), 1043-1069. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2022-0364>

- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). Assessing technology projects using real options reasoning. *Research-Technology Management*, 43(4), 35–49. <https://doi.org/10.1080/08956308.2000.11671367>
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Navavongsathian, A., Wonglek, P., Pomvong, P., Susom, K., Wongchawalitkul, B., & Yenyuak, C. (2021). Education, mindset, motivation, and creativity affecting entrepreneurial intention of students in higher education institutions under the upper central region network in Thailand. *Journal of Philosophical Vision*, 26(2), 125–144.
- Ndou, V., Mele, G., & Vecchio, P. D. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25, 100175. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.003>.
- Neck, H. M., & Corbett, A. C. (2018). The scholarship of teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8–41. <https://doi.org/10.1177/2515127417737286>
- Neneh, N. B. (2012). An exploratory study on entrepreneurial mindset in the small and medium enterprise (SME) sector: A South African perspective on fostering small and medium enterprise (SME) success. *African Journal of Business Management*, 6(9), 3364–3372.
- Nguyen, P. N-D. & Huan Hong Nguyen, H. H. (2024). Unveiling the link between digital entrepreneurship education and intention among university students in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 203, 123330. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123330>.
- Phrakhuopatnontakitti. (2019). Driving an entrepreneurial mindset and intentions through entrepreneurial education in Thailand with the mediation of entrepreneurial inspiration. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 16(11), 4614–4621. <https://doi.org/10.1166/jctn.2019.8369>

- Piperopoulos, P. & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Pommi, C. & Naksai, S. (2020). Factors influencing entrepreneurial intentions of students in the entrepreneurship focused programs at the University of Phayao. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 3(3), 65-80.
- Prodan, I. & Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30, 332-347. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>
- Rae, D. & Woodier-Harris, N. R. (2013). How does enterprise and entrepreneurship education influence postgraduate students' career intentions in the New Era economy?. *Education + Training*, 55(8/9), 926-948. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2013-0095>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th edition). Sage Publications.
- Somjai, S., Girdwichai, L., & Pongsiri, T. (2019). Promoting new venture creation in Thailand through entrepreneurship education: Role of entrepreneurial awareness, mindset and skill development. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 16(11), 4630-4637. <https://doi.org/10.1166/jctn.2019.8371>
- Suanpong, K., Yeing-aramkul, Y., Yoochayantee, K., & Tripopsakul, S. (2025). Cognitive and motivational drivers of entrepreneurial intention in an emerging economy: Implications for open innovation dynamics, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(2), 100568. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100568>.
- Thai Credit Guarantee Corporation. (n.d.). *SME statistics in Thailand*. Retrieved from https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118.
- University of Phayao. (2025). Strategic plan: University of Phayao development, 5-Year period (fiscal year 2025 - 2029). Retrieved from https://www.up.ac.th/IntroEtcup.aspx?tab=Strategic_67
- Vu, T. H., Do, A. D., Ha, D. L., Hoang, D. T., Le, T. A. V., & Le, T. T. H. (2024). Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students, *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100233. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100233>.

- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. A., Meng, L. K. & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264-276.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>.

ข้อมูลติดต่อ (Contact Information)

1. ชัญชัย พรหมมี (Chanchai Pommi)
 คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
 (School of Business and Communication Arts, University of Phayao)
 E-mail: Chanchai5363@gmail.com
2. ธัญทิพย์ คฤหโยธิน (Tanyatip Kharuhayothin)
 คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
 (School of Business and Communication Arts, University of Phayao)
 E-mail: tanyatip.kh@up.ac.th
3. กมลพงศ์ รัตนสงวนวงศ์ (Kamolpong Ratanasanguanvongs)
 คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
 (School of Business and Communication Arts, University of Phayao)
 E-mail: kamolpong.ra@up.ac.th
4. บุรินทร์ บัณฑะวงศ์ (Burin Buntavong)
 *ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding author)
 คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
 (School of Business and Communication Arts, University of Phayao)
 E-mail: burinbuntavong65@gmail.com
5. คณิสส์ คณิสราพรพงศ์ (Khanis Khanissarapornpong)
 คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
 (School of Business and Communication Arts, University of Phayao)
 E-mail: payramin.kh@up.ac.th