

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
เกษมบัณฑิต: การวิเคราะห์บนพื้นฐานการศึกษา ความหลงใหล ความฉลาดทาง
ศีลธรรม และทุนทางจิตวิทยา

SOCIAL ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF UNDERGRADUATE STUDENTS, KASEM
BUNDIT UNIVERSITY: AN ANALYSIS BASED ON EDUCATION, PASSION, MORAL
INTELLIGENCE AND PSYCHOLOGICAL CAPITAL

ธารทิพย์ พจนัสสุภาพ^{1*}, วิวรรณ มุกดาประกร², หริพันธุ์ หริรักษ์³, สุชาดา อรุณรัตน์⁴, วีรวัฒน์ พุ่มพยอม⁵
Thantip Pojsupap^{*1}, Viwan Mukdapragorn², Haripan Hapirak³, Suchada Arurat⁴, Veerawat Phumpayom⁵

¹สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

²สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

³สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

⁴สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

⁵สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

¹Department of Modern Management Faculty of Business Administration Kasem Bundit University, Thailand

²Department of Human Resource Management Faculty of Business Administration Kasem Bundit University, Thailand

³Department of Marketing Faculty of Business Administration Kasem Bundit University, Thailand

⁴Department of Logistics Management Faculty of Business Administration Kasem Bundit University, Thailand

⁵Department of Modern Trade Business Innovation Faculty of Business Administration Kasem Bundit University, Thailand

*Corresponding author's e-mail: thantip.poj@kbu.ac.th

Received: September 26, 2023

Revised: November 01, 2023

Accepted: November 11, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงประจักษ์ที่นำเสนอในบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบ่งชี้ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก 4 ประการได้แก่ การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม และทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 9,035 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและสถิติเชิงพรรณนาถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม แบบจำลองการถดถอยพหุคูณระบุว่า การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีส่วน

สนับสนุนความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.357 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้วเท่ากับ 0.627 สรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทักษะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม และความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้มากถึงร้อยละ 62.7

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม; ทักษะทางจิตวิทยาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ; ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ; ความฉลาดทางศีลธรรม; ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

Abstract

The study aimed to identify variables influencing undergraduates' social entrepreneurship intentions. This study took into account the four main contextual aspects, including social entrepreneurial education, entrepreneurial passion, moral intelligence, and entrepreneurial psychological capital. The study involved 9,035 undergraduate students from Kasem Bundit University, with a sample of 400 participants selected through stratified random sampling for a self-administered questionnaires survey. Multiple regression analysis and descriptive statistics were also used to analyze the quantitative data. The result showed that all independent variables had a significant influence on the dependent variable. The multiple regression model indicated that social entrepreneurial education contributed most to the intention of social entrepreneurs with the regression coefficient was 0.357 and the adjusted coefficient of determination equals 0.627. It can be concluded that social entrepreneurial education, entrepreneurial psychological capital, moral intelligence, and entrepreneurial passion explained as much as 62.7% of the factors that influence social entrepreneurial intention.

Keywords: social entrepreneurial education; entrepreneurial psychological capital; entrepreneurial passion; moral intelligence; social entrepreneurial intentions

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

กระแสงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการนั้นยังอยู่ในความสนใจของนักวิชาการอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในอดีตที่ผ่านมาจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ยืนยันข้อสันนิษฐานว่ามีลักษณะบุคลิกภาพบางอย่างซึ่งทำให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแตกต่างจากบุคคลที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ เช่น มีความคิดสร้างสรรค์และชอบสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ กล้าเผชิญความเสี่ยง การมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความเชื่ออำนาจควบคุมภายในตน แต่อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้อาจยังไม่สามารถตอบคำถามที่ว่า บุคคลที่มีนิสัยเหมือนกันแต่ทำไม่อาชีพไม่เหมือนกัน และทำไมพวกเขาจึงเลือกประกอบธุรกิจด้วยตนเอง (Wang & Yee, 2023) ดังนั้น เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางความรู้อันจะนำไปสู่การขยายผลลัพธ์ในการพัฒนาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม มุมมองการวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การศึกษาแบบสหวิทยาการเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เพื่อบูรณาการตัวทำนายทางจิตวิทยา และสังคมวิทยาเข้ากับการวิเคราะห์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ในบริบทประเทศกำลังพัฒนาเชื่อว่า ยิ่งส่งเสริมให้มีการคิดแบบผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ก็จะมี

ผู้ประกอบการในประเทศมากขึ้นเท่านั้น จากการสำรวจการว่างงานในประเทศไทยของ National Statistical Office (2022) พบว่า สาเหตุการออกจากงานส่วนใหญ่ คือ พวกเขาต้องการเปลี่ยนงานใหม่ และต้องการประกอบอาชีพอิสระ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาและสถาบันทางการศึกษา หันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้ผู้เรียนมีทักษะความสามารถ ตลอดจนความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น การเป็นผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ที่สร้างรายได้ และการจ้างงานให้กับประเทศ Voda & Florea (2019) ได้ระบุว่าความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการจะช่วยนำไปสู่พฤติกรรมหรือการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตของบุคคล

การประกอบการเพื่อสังคมเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนองค์การด้วยภารกิจงานเพื่อการกุศลด้วยจุดประสงค์ทางสังคม โดยเติบโตบนความสมดุลของสามองค์ประกอบ คือ กำไร คน และโลก ภารกิจเพื่อสังคมมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน การนำผลกำไรกลับคืนสู่สังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม สามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนไปในทางที่ดีขึ้น ปัญหาในชุมชนลดลง เช่น ปัญหาการว่างงาน ปัญหายาเสพติด ปัญหาความยากจน ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ (Khattiya & Pomlaktong, 2019) จากคำถามที่ว่า “ทำไมบางคนกลายเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่บางคนไม่เป็น” ในแง่มุมของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมก็เกิดคำถามเช่นเดียวกันนี้

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตเป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาที่ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการสร้างและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประเทศ เนื่องจากสถาบันมีส่วนในการบ่มเพาะบัณฑิตให้มีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการประกอบการ อีกทั้งในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรีเหล่านั้นจะกลายเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการเริ่มต้นธุรกิจ สตาร์ทอัพ (startup) เพื่อเป็นผู้ประกอบการ นำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ และลดอัตราการว่างงานในอนาคตต่อไป ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องค้นหาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมประกอบกับการศึกษาเชิงประจักษ์ที่เข้าถึงได้เกี่ยวกับความตั้งใจของผู้ประกอบการทางสังคมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ยังมีไม่มากนัก จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเชื่อมั่นว่า การสำรวจปรากฏการณ์ในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มเติมข้อค้นพบทางวิชาการ โดยเชื่อมโยงปัจจัยภายในตัวบุคคลโดยบูรณาเข้ากับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมกับปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม และทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ จะทำให้ทราบถึงความคิด แรงปรารถนา ระดับศีลธรรม รวมถึงสภาพจิตใจในด้านบวกของนักศึกษาได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะเป็นแนวทางช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพัฒนาหลักสูตรในระดับปริญญาตรีได้จัดโปรแกรมสนับสนุนเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้เหมาะสมกับผู้เรียน เพื่อเตรียมความพร้อมให้พวกเขาเหล่านั้นได้พัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมรายใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม ทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการประกอบการเพื่อสังคมยังเป็นประเด็นที่ได้รับการพูดถึงกันอย่างกว้างขวางในแวดวงวิชาการทั้งในด้านคำจำกัดความของการประกอบการทางสังคมมุ่งเน้นไปที่กระบวนการและพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ทฤษฎีที่นิยมถูกอ้างอิงถึงในการอธิบายได้แก่ แบบจำลองทางทฤษฎีของพฤติกรรมตามแบบแผนของ Ajzen หรือ Theory of Planned Behavior (TPB) สนับสนุนว่าการพัฒนาผู้ประกอบการทางสังคมเป็นผลมาจากการสร้างความตั้งใจของแต่ละบุคคล คือ การกระทำบางอย่างโดยทัศนคติและความสามารถของพวกเขา โดยให้ความสำคัญกับ ทัศนคติ การควบคุมพฤติกรรม และบรรทัดฐานส่วนบุคคล อย่างไรก็ตามนักวิชาการยังคงพยายามทบทวนเพื่อทำความเข้าใจบทบาทของปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ในขณะเดียวกัน ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมถูกอธิบายภายใต้ทฤษฎีด้านบุคลิกภาพของบุคคล ทฤษฎีทุนทางสังคมและทุนมนุษย์ โดยผลการศึกษาข้างต้นว่า คุณลักษณะที่เอื้อสังคม ความรู้ ความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคม เป็นปัจจัยที่สามารถส่งเสริมการระดมทุนโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ และมีอิทธิพลสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Wennekers et al., 2005; Wang et al., 2017; Bacq & Alt, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งสะท้อนผลลัพธ์แบบแยกส่วน ดังนั้นมุมมองการวิจัยในครั้งนี้จึงพยายามเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการโดยเน้นไปที่การศึกษาแบบสหวิทยาการ ซึ่งเชื่อมโยงกับแนวคิดคุณลักษณะส่วนบุคคล การเรียนรู้ การรับรู้ทางอารมณ์ การรับรู้ความปรารถนา และการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ เพื่ออธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยบูรณาการการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงสังคมวิทยาาร่วมกับตัวแปรเชิงจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม และทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาวรรณกรรมในอดีตสะท้อนให้เห็นว่า การศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสนับสนุนพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Kuehn (2008) ที่ระบุว่าผู้ที่จบหลักสูตรผู้ประกอบการน่าจะมี ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ในขณะที่ Keat et al. (2011) พบว่าการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของนิยามของคำว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคม Solomon et al. (2019) ได้นิยามว่าเป็นความสามารถของแต่ละบุคคลในการระบุ การใช้ประโยชน์จากโอกาส เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างมูลค่าทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในช่วงที่ผ่านมากระแสความนิยมเกี่ยวกับแรงปรารถนา หรือความหลงใหล (Passion) กลายเป็นหัวข้อยอดนิยมในสื่อสังคมทั่วไป โดยมีคำกล่าวว่า “ถ้าคุณค้นพบสิ่งที่เป็นสิ่งที่คุณหลงใหล ถ้าคุณพบสิ่งที่คุณรัก และคุณจะทำสิ่งที่คุณรักไปโดยไม่มีวันเหนื่อย” ในวรรณกรรมด้านความเป็นผู้ประกอบการนั้น ประเด็นความหลงใหลในการประกอบการ ถูกนิยามว่า เป็นความกระตือรือร้น การมีใจรักในการเป็นผู้ประกอบการ หรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลนั้นอยากเป็นผู้ประกอบการ โดยมีผลการทบทวนในงานหลากหลาย กล่าวคือ ความหลงใหลในการประกอบการเป็นตัวแปรทำนายผลลัพธ์ในการประกอบการ ยิ่งพวกเขามีใจรักในการดำเนินการมากเท่าไรยิ่งช่วยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์และความสามารถของผู้ประกอบการในการรับรู้โอกาสอีกด้วย (Cardon et al., 2013)

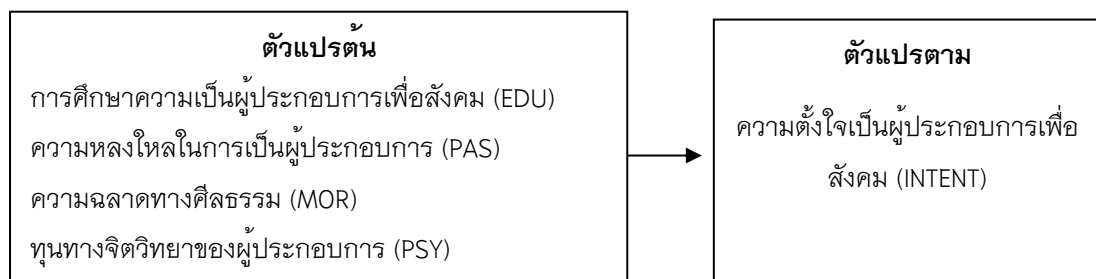
แนวคิดเกี่ยวกับความฉลาดทางศีลธรรมนั้นเป็นประเด็นใหม่ที่มีการศึกษาไม่น้อยไปกว่าความฉลาดทางปัญญา ความฉลาดทางศีลธรรมเป็นความสามารถทางจิตที่มุ่งเพื่อส่วนรวม การกระทำส่วนบุคคลในโครงสร้างความ

ฉลาดทางศีลธรรม ประกอบด้วย ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ การให้อภัย ความสามารถแยกแยะความถูกต้องได้ และมีความเห็นอกเห็นใจ ในฐานะของผู้ประกอบการเชิงสังคม พวกเขาจำเป็นต้องมีความเข้าใจและควบคุมการแสดงออกทางจริยธรรมของตนเองซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในด้านดี เช่น การคิดแต่ในสิ่งดี ทำดี มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สอดคล้องกับ Dhiramitr et al. (2022) ที่สรุปว่า ความฉลาดทางศีลธรรมและจริยธรรมมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบทางบวกต่อความสำเร็จในการทำงาน ด้านบทบาทการทำงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า นักวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ให้ความสนใจกับโครงสร้างของทุนทางจิตวิทยาเพิ่มมากขึ้น Luthans, et al. (2010) อธิบายว่า ทุนทางจิตวิทยาสะท้อนถึงสภาพจิตใจในด้านบวกของปัจเจกบุคคลที่สามารถพัฒนาได้ ประกอบด้วยสี่มิติ ได้แก่ 1) การรับรู้ความสามารถของตนเองเชื่อว่าตนเองสามารถทำงานที่ท้าทายได้สำเร็จ 2) ความหวัง บ่งชี้ถึงความสามารถในการมุ่งมั่นสู่เป้าหมาย 3) การมองโลกในแง่ดี เป็นลักษณะของบุคคลที่เต็มไปด้วยพลังบวกต่อความคาดหวังในอนาคต และ 4) ความสามารถในการฟื้นพลัง เป็นความสามารถในการรับมือกับความไม่แน่นอน การที่บุคคลหนึ่งมีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เผชิญและสามารถฟื้นตัวกลับได้อย่างรวดเร็วหากพบความพ่ายแพ้หรือความล้มเหลว ผลลัพธ์จากการศึกษาแนวคิดทางจิตวิทยาเชิงบวกนี้สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานของพนักงานในองค์กรได้อีกด้วย สอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยการบำรุงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากร ที่อธิบายว่า บุคคลสามารถใช้ทรัพยากรของตนเพื่อจัดการกับแรงกดดันในฐานะของผู้ประกอบการและตอบสนองความต้องการปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ในเชิงบวก (Hobfoll, 2002)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และได้สังเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมซึ่งรวบรวมจากวรรณกรรมทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Walter & Block, 2016) ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ (Vallerand et al., 2003) ความฉลาดทางศีลธรรม (Fatoki, 2018) และทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ (Luthans et al., 2007) โดยแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 9,035 คน จากฐานข้อมูลระบบบริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 9,035 คน จากฐานข้อมูลระบบบริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ใช้สูตรของทาร์โย มามานัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% กำหนดขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 384 คน และสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจัดทำในรูปแบบของ Google form ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ คณะ ชั้นปี ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ และพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการของครอบครัว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นด้านการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมปรับปรุงจาก Walter & Block (2016) โดยแก้ไขให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรในบริบทของไทย จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ ปรับปรุงจาก Vallerand et al. (2003) โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความฉลาดทางศีลธรรม ปรับปรุงจาก Fatoki (2018) จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ ปรับปรุงจาก Luthans et al. (2007) จำนวน 20 ข้อ และส่วนที่ 6 สอบถามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ปรับปรุงจาก Liñán & Chen (2009) จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลภายในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต พร้อมสร้าง QR Code แบบสอบถามออนไลน์ โดยได้ชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่า การเก็บข้อมูลนี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ ใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ความคิดเห็นของอาสาสมัครจะถูกเก็บเป็นความลับไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล และวิเคราะห์รายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น เมื่อสิ้นสุดการวิจัยไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จะถูกลบทิ้ง การตอบแบบสอบถามครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อการเรียน หากอาสาสมัครรู้สึกไม่สบายใจ สามารถยุติการให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงเชิงเนื้อหา อาศัยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านผู้ประกอบการ จำนวน 3 ท่าน เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องกับจุดประสงค์ จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย จำนวน 40 คน และตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้เท่ากับ 0.978 ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด จะใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความ

สัมพันธ์ของตัวแปรว่าเป็นเมตริกเอกลักษณะหรือไม่ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความคิดเห็นด้านอื่น ๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายของค่าคะแนนจะใช้เกณฑ์ของ Wongrattana (2012) ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณจะทดสอบตามข้อตกลงเบื้องต้น กล่าวคือ จะทำการตรวจสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุหรือไม่ โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระจะใช้ค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor และในการตรวจสอบว่าเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนหรือไม่โดยใช้สถิติ Durbin-Watson

ผลการวิจัย

1. ผลวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและตัวแปรที่ศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้รับการตอบกลับรวมทั้งหมด 400 ชุด นำมาวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.3) มีอายุอยู่ระหว่าง 18 ถึง 20 ปี (ร้อยละ 57.0) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 42.0) ในคณะศึกษาศาสตร์ (ร้อยละ 63.0) นักศึกษาไม่เคยมีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการมาก่อน (ร้อยละ 66.3) และครอบครัวไม่มีพื้นฐานเป็นผู้ประกอบการ (ร้อยละ 53.3) ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พบว่าด้านการศึกษาคือเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) ด้านความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) ด้านความฉลาดทางศีลธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) ด้านทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$)

2. ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดตัวแปรแต่ละองค์ประกอบ โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) และค่า Bartlett's test of Sphericity พบว่า ค่า KMO ทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.5 และ Bartlett's test of sphericity ค่าไคสแควร์ (Chi-square) มีนัยสำคัญทุกองค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าพิสัยของค่าความพอเพียงของการเลือกตัวอย่างทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.5 และค่าความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้อยู่ระหว่างร้อยละ 59.994 ถึง 86.022 จากค่าสถิติดังกล่าวจึงยอมรับได้ว่า แบบวัดที่ใช้มีค่าความเที่ยงตรงรายละเอียดดังตาราง 1 ผลการตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีขนาดของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.426 ถึง 0.843 ทำให้เชื่อได้ว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ในการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระ เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Tolerance พบว่าค่า Tolerance ทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.1 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.249 ถึง 0.614 ในขณะที่ค่า VIF ควรมีค่า น้อยกว่า 10 จากผลวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.629 ถึง 4.016 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่า ตัวแปรอิสระเป็นอิสระต่อกัน ไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปร ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน พบว่ามีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.936 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกันไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ดังตาราง 2

ตาราง 1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบวัดตัวแปรแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบด้าน	ค่า KMO	ค่า Bartlett's test of sphericity approx. χ^2
การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (EDU)	0.943	2335.027**
ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ (PAS)	0.839	1130.916**
ความฉลาดทางศีลธรรม (MOR)	0.862	1537.645**
ทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ (PSY)	0.832	1416.280**
ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (INTENT)	0.835	934.957**

** P<0.01

ตาราง 2 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระ

	EDU	PAS	MOR	PSY	Tolerance	VIF
EDU	1				.489	2.046
PAS	.601**	1			.614	1.629
MOR	.569**	.426**	1		.286	3.496
PSY	.631**	.500**	.843**	1	.249	4.016

** P<0.01

3. ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า F-test มีค่า sig. = 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ 0.05 แสดงว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวในการวิจัยนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาได้ ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรทำนายทั้ง 4 ตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.794 มีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.630 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับค่าแล้ว (Adjust R^2) เท่ากับ 0.627 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ร้อยละ 62.7 ส่วนที่เหลือเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ค่าความผิดพลาดมาตรฐานต่ำสุดเท่ากับ 0.373 แสดงว่าปัจจัยทั้งหมดสามารถลดความผิดพลาดในการประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาได้ร้อยละ 37.3

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ T-Statistic พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ พบว่าปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาได้สูงสุดตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.357 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.329 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.329 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.307 ปัจจัยด้านความฉลาดทางศีลธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

เท่ากับ 0.200 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.201 และปัจจัยด้านความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.088 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.084 ดังตาราง 3

สมการพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.138 + 0.357 (\text{EDU}) + 0.329 (\text{PSY}) + 0.200 (\text{MOR}) + 0.088 (\text{PAS})$$

สมการพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.329 (\text{EDU}) + 0.307 (\text{PSY}) + 0.201 (\text{MOR}) + 0.084 (\text{PAS})$$

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.138	.162		.851	.395
การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (EDU)	.357	.047	.329	7.526	.000**
ทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ (PSY)	.329	.066	.307	5.005	.000**
ความฉลาดทางศีลธรรม (MOR)	.200	.057	.201	3.510	.000**
ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ (PAS)	.088	.041	.084	2.162	.031*

R = 0.794, R² = 0.630, Adjust R² = 0.627, Durbin-Watson = 1.936, Std. error of the estimate = 0.37329

*p < 0.05, ** P<0.01

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ ความฉลาดทางศีลธรรม และทุนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 4 ตัวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สอดคล้องกับ Hassan et al. (2022) ที่บ่งชี้ว่าการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวกำหนดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในบังคลาเทศ การศึกษาด้านการประกอบการช่วยเพิ่มความเต็มใจของนักศึกษาในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการเพื่อสังคม ด้วยเพราะการศึกษาเป็นช่องทางสำคัญในการให้ความรู้และทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม รวมถึงแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ เช่นเดียวกันการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของของนักศึกษาที่จะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการและประกอบอาชีพอิสระในอนาคตด้วย ดังนั้น การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญและมีอิทธิพลในการพัฒนาความตั้งใจของผู้ประกอบการผ่านทัศนคติและความรู้ความเข้าใจของแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Naveed et al., 2021)

2. ทนทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้โดย Mahfud et al. (2020) ที่ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นและความตั้งใจของผู้ประกอบการ ดังนั้นแม้จะเผชิญกับความยากลำบาก ผู้ประกอบการที่มีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เผชิญก็ยังคงยืนหยัดในการบรรลุวัตถุประสงค์ของตนและสามารถฟื้นตัวกลับได้อย่างรวดเร็วหากพบความพ่ายแพ้หรือความล้มเหลว Newbold & Erwin (2014) สนับสนุนว่า ผู้เรียนที่เข้าร่วมคอร์สการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการแล้ว พวกเขามีคะแนนในด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในเชิงผู้ประกอบการ ความคาดหวังผลลัพธ์ของผู้ประกอบการ และความตั้งใจของผู้ประกอบการสูงขึ้นด้วย ดังนั้นทนทางจิตวิทยาเป็นคุณลักษณะเชิงบวกของแต่ละบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นกุญแจสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยในมุมมองของผู้ประกอบการเมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ความท้าทายต่าง ๆ ในสังคม พวกเขาต้องมีความมั่นใจและมุ่งมั่นที่จะใช้พยายามเพื่อความสำเร็จ การมองโลกในแง่ดีทั้งในปัจจุบันและอนาคต สามารถผลักดันพลังบวกก่อให้เกิดความเพียรสู้เป้าหมายและจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ต่อปัญหาความยุ่งยากที่ได้รับ

3. ความฉลาดทางศีลธรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สอดคล้องกับ Kibler & Kautonen (2016) ที่สนับสนุนว่า ค่านิยมทางศีลธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของแต่ละบุคคลในการเริ่มต้นกิจการเพื่อสังคม ความฉลาดทางจริยธรรมด้านความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายลักษณะความเป็นพลเมืองดี บุคคลมีแนวโน้มโดยธรรมชาติในการกระทำสิ่งใด ๆ ด้วยความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความเห็นอกเห็นใจ และการให้อภัยในฐานะของผู้ประกอบการเชิงสังคม พวกเขาจำเป็นต้องมีความเข้าใจและควบคุมการแสดงออกทางจริยธรรมของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในด้านดี เช่น การคิดแต่ในสิ่งดี ทำดี มีความเห็นอกเห็นใจเป็นผู้อื่น เพราะสังคมที่มีผู้ประกอบการที่มีศีลธรรมจริยธรรมเป็นพื้นฐาน สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากพฤติกรรม บุคลิกภาพ อุปลักษณ์ เจตจำนง ทั้งจิตใจ คำพูดและการกระทำที่เป็นไปในทางที่ถูกต้อง ดังนั้นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำเป็นต้องพยายามสร้างสมดุลระหว่าง ความจำเป็นทางศีลธรรมและแรงจูงใจในการแสวงหาผลกำไร

4. ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สอดคล้องกับ Cardon et al. (2013) และ Huyghe et al. (2016) ที่สนับสนุนว่า ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการเป็นความรู้สึกเชิงบวกอันเข้มข้นที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้ประกอบการซึ่งเชื่อมโยงกับกับอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการจึงมีผลเป็นแรงบันดาลใจที่ช่วยให้บุคคลสามารถเอาชนะอุปสรรคและยังคงมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้ที่มีใจรักในการเป็นผู้ประกอบการย่อมมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะสานฝันของตนเองให้สำเร็จในอนาคต ความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยกระตุ้นสำคัญในพฤติกรรมของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขาต้องดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมไม่แน่นอนและทรัพยากรมีจำกัด

องค์ความรู้ใหม่

ข้อค้นพบจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งในแง่ปัจจัยภายในตัวบุคคลซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ติดตัวมาในแต่ละบุคคล ความคิด แรงปรารถนา ระดับศีลธรรม รวมถึงสภาพจิตใจในด้านบวกของนักศึกษา ซึ่งเป็นผลมาจากการเลี้ยงดู รวมถึงพื้นฐาน

ครอบครัว แม้ว่านักศึกษาบางคนจะยังไม่เคยมีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการมาก่อน แต่พวกเขาเหล่านั้นก็มีความตระหนักถึงการดำเนินกิจการเพื่อสังคม ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงควรสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ และแสดงบทบาทการเป็นพี่เลี้ยง เพื่อบ่มเพาะเสริมทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้แก่พวกเขาเหล่านั้น แม้ว่าจากพบปะการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตนั้นได้มุ่งเน้นการสร้างเสริมความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ให้แก่ผู้เรียนอยู่ในระดับมากแล้วก็ตาม แต่ผู้ที่มิบทบาทเกี่ยวข้องกับการบริหารหลักสูตรสามารถนำประเด็นนี้ไปปรับปรุงคุณภาพการศึกษา โดยเพิ่มเติมเนื้อหา ปรับปรุงรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนการสอน เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมประสบการณ์ การลงมือปฏิบัติจริงให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยมุ่งเน้นไปที่ทักษะที่สามารถนำไปใช้กับการดำเนินธุรกิจในบ้านเกิดของพวกเขา รวมถึงในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เพื่อมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีทักษะสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในอนาคต นอกจากการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ทักษะการเป็นผู้ประกอบการแล้ว ผู้บริหารยังจำเป็นต้องสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงระหว่างนักลงทุนทางการเงินลงทุนกับนักศึกษาในฐานะคนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการในอนาคต เพื่อให้นักศึกษาที่มีความตั้งใจจะเริ่มต้นธุรกิจของตนเองสามารถเปลี่ยนความคิดของพวกเขาให้เป็นการลงทุนได้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพัฒนาหลักสูตรในระดับปริญญาตรีควรจัดหลักสูตรการประกอบการเพื่อสังคมและโปรแกรมสนับสนุนเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้เหมาะสมกับผู้เรียน เพื่อให้พวกเขาเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการเป็นผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าและช่วยแก้ไขปัญหาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นกิจการเพื่อสังคม การจัดการ และการขยายกิจการเพื่อสังคมในอนาคต โดยมุ่งเน้นไปที่การออกแบบเนื้อหาและกระบวนการด้านการศึกษากการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ ฝึกฝนทักษะและสร้างความตระหนักรู้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การสร้างทักษะในด้านการเจรจาต่อรอง ความเป็นผู้นำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ และการเปิดรับนวัตกรรม

1.2 ผู้สอนควรตระหนักถึงปัญหาการใช้วิธีสอนแบบบรรยายแบบดั้งเดิมซึ่งทำให้ผู้เรียนหมดความสนใจ การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงสามารถพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการได้ เช่น การสร้างแผนธุรกิจ การแข่งขันแผนธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจเพื่อสังคมโดยตัวนักศึกษาเอง การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคม การสัมภาษณ์เพื่อแบ่งปันความรู้จากผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจตัวจริง

1.3 คุณลักษณะเฉพาะในมิติของทุนทางจิตวิทยาด้านบวกของบุคคลเป็นสิ่งที่บุคคลสามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ ดังนั้นในฐานะสถาบันการศึกษาควรให้การสนับสนุนการสร้างทักษะในมิติของทุนทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ความสามารถในตนเอง ความหวัง การมองโลกในแง่ดีและความยืดหยุ่น ซึ่งมีส่วนส่งเสริมที่สำคัญในเนื้อหาการศึกษากการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อหล่อหลอมให้พวกเขาเกิดความหลงใหลในพันธกิจเพื่อสังคม การสร้างบรรยากาศกับการพัฒนาชุมชนเพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนเหล่านั้นตระหนักถึงการแก้ปัญหาผ่านการทำธุรกิจเพื่อสังคม นอกเหนือจากการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาแล้ว ยังควรให้ความสำคัญกับการแสวงหาความร่วมมือจากแหล่งเงินทุน เพื่อให้พวกเขาได้มีโอกาสเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งจะมีส่วนเพิ่มการรับรู้ความสามารถในตนเองและความหลงใหลในการกล้าได้กล้าเสียของผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรเพิ่มตัวแปรอิสระที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของเครือข่ายทางสังคมและบทบาทของครอบครัวกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
- 2.2 ควรศึกษาในเชิงการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น เช่น การเปรียบเทียบระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาในบริบทมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
- 2.3 ควรเพิ่มเติมการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นในเชิงลึกและหลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373–396.
- Dhiramitr, S., Pratoom, K., & Savatsomboon, G. (2022). Quotient factors affecting job success of personnel of provincial commercial officer in Thailand. *Journal of Modern Learning Development*, 7(2), 120–134.
- Fatoki, O. (2018). Determinants of Social Entrepreneurial intentions of university students in South Africa. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(6A), 72–80.
- Hassan, H. M. K., Igel, B., & Shamsuddoha, M. (2022). *Entrepreneurship education and social entrepreneurial intentions: The mediating effects of entrepreneurial social network*. Retrieved May 23, 2023 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9150754/pdf/fpsyg-13-860273.pdf>.
- Hobfoll, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6, 307–324.
- Huyghe, A., Knockaert, M., & Obschonka, M. (2016). Unraveling the “passion orchestra” in academia. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 344–364.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206–220.
- Khattiya, S., & Pomlaktong, N. (2019). Social Enterprises and sustainable national Development. *Journal of Management Science Review*, 21(1), 145–154.
- Kibler, E., & Kautonen, T. (2016). The moral legitimacy of entrepreneurs: An analysis of early-stage entrepreneurship across 26 countries. *International Small Business Journal*, 34(1), 34–50.
- Kuehn, K. W. (2008). Entrepreneurial intentions research: Implications for Entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 87–98.
- Lián, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33, 593–617.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2010). Positive psychological capital: Measurement and

- relationship with performance and satisfaction. *Journal of Personnel Psychology*, 60, 541–572.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York: Oxford University Press.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33–39.
- National Statistical Office. (2022). *Labor Force Survey, 1st Quarter 2021*. Retrieved May 1, 2023 from http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/labour/LaborForce/2021/summary1_64.pdf
- Naveed, M., Zia, M. Q., Younis, S., & Shah, Z. A. (2021). Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: Role of social entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 39–50.
- Newbold, K. F., & Erwin, T. D. (2014). The education of entrepreneurs: An instrument to measure entrepreneurial development. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 26(1), 141–178.
- Solomon, G. T., Alabduljader, N., & Ramani, R. S. (2019). Knowledge management and social entrepreneurship education: Lessons learned from an exploratory two-country study. *Journal of Knowledge Management*, 23(10), 1984–2006.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., Gagné, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756–767.
- Voda, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11, 1–34.
- Walter, S. G., & Block, J. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, L. (2005). Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24, 293–309.
- Wongrattana, C. (2012). *Techniques for using statistics for research*. Bangkok: Thepnaramit Printing.
- Wang, Z., Li, J., & Yuan, D. (2017). The Impact of Social Capital on Opportunity Recognition of Social Entrepreneurs. *Journal of China University of Geosciences (Social Sciences Edition)*, 17, 140–149.
- Wang, A., & Yee, C. (2023). A Literature Review of Social Entrepreneurship. *Open Journal of Business and Management*, 11, 2232–2246.

