



การศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาของนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลาง

โสทธิพัฒน์ วรรณนุรักษ์ และคมกริช ฮ่องนำโชค*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาและความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติในวิทยาเขตภาคกลางจำนวน 109 คน โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย มาตรฐานทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ มาตรฐานความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ และมาตรฐานบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ โดยผลการวิจัยพบว่าทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางกลับกันทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับการมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ และ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์

คำสำคัญ: ทัศนคติผู้ประกอบการ, นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์, ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์



A STUDY OF SPORT ENTREPRENEURSHIP ATTITUDE AMONG FACULTY OF LIBERAL ARTS STUDENT, THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY IN CENTRAL AREA CAMPUS

Sodtipat Wannanurak and Komkrit Kongnamchok*

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Suphan Buri Campus

Abstract

The propose of this research was to study sport entrepreneurship attitude and the relationship between creative achievement five personality traits and entrepreneurship attitude among faculty of Liberal Arts student of Thailand National Sports University in central area campus. The 109 samples were collected by simple random sampling method and the tools for collecting data were Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO), Creative Achievement Questionnaire (CAQ), and Big Five Aspect Scales (BFAS).

The statistics used in data analysis was correlation coefficient. The result depicted that entrepreneurial attitude were positively and significantly correlated with conscientiousness, extraversion, openness to experience, and agreeableness. In contrast, entrepreneurial attitude was not significantly correlated with neuroticism and creative achievement.

Keywords: Entrepreneurship Attitude, Liberal Arts Student, Creative Achievement

**Corresponding Author: Komkrit Kongnamchok, Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Suphan Buri Campus. E-mail.: kritrifle16@gmail.com*



บทนำ

ธุรกิจเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และเป็นกำลังสำคัญในการทำให้ประเทศพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ ได้ การเติบโตของธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศมักส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม (Fraser, 2020) อันเป็นเหตุให้การทำธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยจำนวนธุรกิจใหม่ที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นประมาณ 6.5% ต่อปี จากปี พ.ศ.2550 ที่ 33,729 บริษัท มาอยู่ที่ 62,997 บริษัทในปี พ.ศ.2560 มากไปกว่านั้นสำหรับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมซึ่งอาจมีได้ต้องการทรัพยากรหรือเงินทุนจำนวนมากก็สามารถเป็นการเริ่มต้นของผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เช่นเดียวกัน (ThaiPublica, 2018)

ในส่วนของผู้บริโภคก็หา สืบเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ และเป็นค่านิยมในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ผสมกับการที่ผู้ประกอบการมีเพิ่มสายการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ การกีฬา และการออกกำลังกาย ทำให้ธุรกิจกีฬามีการขยายตัวของการจัดตั้งธุรกิจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 และในปี 2561 (ม.ค.-ก.ย.) มีการขยายตัวของจำนวนและทุนจดทะเบียน 5.85% และ 6.94% ตามลำดับ (ThaiPublica, 2018)

การทำธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นอาจต้องพึ่งพาหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางธุรกิจ (Business Factors) อาทิเช่น ปัจจัยด้านการตลาด โดย Armstrong (2020) กล่าวว่า การตลาด คือ การศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถสร้างประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์จนทำธุรกิจสำเร็จได้ ในอีกด้านหนึ่งความสำเร็จของธุรกิจอาจเกิดขึ้นจากตัวบุคคล (Personal Factors) อาทิเช่น พนักงาน ผู้จัดการ หรือตัวผู้ประกอบการเอง Kerr et al. (2018) นำเสนอแนวคิดที่ว่าผู้ประกอบการอาจจะมีคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ทักษะคิดต่อตนเอง และความสนใจบางประการที่แตกต่างจากกลุ่มบุคคลที่ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการ ผู้ประกอบการจะชอบสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ตั้งแต่ต้น เปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ พึ่งพาและสร้างทางเดินของตนเอง รวมถึงการยอมรับความเสี่ยง ได้มากกว่าผู้จัดการ (Zhao and Seibert, 2006) รวมถึงมีความเชื่อมั่นในทางเดินของตนเอง และไม่ยึดติดกับความมั่นคงมากจนเกินไปหากเปรียบเทียบกับบุคคลระดับเจ้าหน้าที่ (Schneider, 1987)

ที่ผ่านมาการศึกษาไทยเน้นการผลิตบัณฑิตเพื่อให้เป็นบุคคลที่พร้อมเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพสำหรับตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานตามสาขาวิชาชีพเฉพาะทางต่างๆ ซึ่งในช่วงที่มีการเติบโตของเศรษฐกิจนั้นอาจมีความต้องการแรงงานมาก อันเป็นโอกาสให้บัณฑิตได้รับการจ้างงานอย่างทั่วถึง แต่ในทางกลับกัน ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำก็อาจทำให้มีแรงงานว่างงานจำนวนมากเช่นเดียวกัน โดยรายงานจากกรมจัดหางานกระทรวงแรงงานเปิดเผยว่ามีผู้ขึ้นทะเบียนขอใช้สิทธิกรณีว่างงานในช่วงการระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 (Covid-19) ถึงเกือบ 500,000 คน (Department of Employment, 2020) เพราะฉะนั้นผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาใหม่อาจประสบปัญหาการไม่มีงานทำ โดยในต้นปีมีการคาดการณ์ว่าจะมีบัณฑิตจบใหม่ที่ไม่มีการจ้างงานถึงราว 300,000 คน (Ministry of Education, 2020) ปัจจุบันจึงเริ่มมีการส่งเสริม



และให้ความรู้บัณฑิตที่จบใหม่หรือผู้ว่างงานที่มีความรู้ความสามารถหันมาเป็นผู้ประกอบการหรือทำธุรกิจเป็นของตนเอง

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา มีงานวิจัยจำนวนมากที่รายงานว่า การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้ภาคธุรกิจต่างๆ อาทิเช่น งานวิจัยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (systematic review) ของ Van Praag and Versloot, (2008) ที่รายงานว่า การเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเกี่ยวข้องการผลิตนวัตกรรม และการขยายอัตราการจ้างงานประจำภูมิภาคในระยะยาวอีกด้วย อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยที่นำเสนอว่า ผู้ที่มีคุณสมบัติการเป็นผู้ประกอบการมีความสนใจที่แตกต่างจากกลุ่มบุคคลอื่น เช่น Kerr et al. (2017) นำเสนอแนวคิดที่ว่า ผู้ประกอบการอาจจะมีคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ทักษะตนเอง และความสนใจบางประการที่แตกต่างจากกลุ่มบุคคลที่ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการ ผู้ประกอบการจะชอบสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ตั้งแต่ต้น เปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ พึ่งพาและสร้างทางเดินของตนเอง รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงได้มากกว่าผู้จัดการ (Zhao and Seibert, 2006) รวมถึงมีความเชื่อมั่นในทางเดินของตนเอง และไม่ยึดติดกับความมั่นคงมากจนเกินไปหากเปรียบเทียบกับบุคคลระดับเจ้าหน้าที่ (Schneider, 1987)

ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ.2561 ข้อ 4 (1) มาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน (1.2) เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก สามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศ

มากไปกว่านั้น ในปัจจุบันมีความพยายามอย่างมากที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพและความเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ Zhao and Seibert (2006) ที่ทำการวิเคราะห์ห่อหุ้มความแตกต่างด้านบุคลิกภาพของบุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่เป็นผู้ก่อตั้ง เป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้บริหารในบริษัท และผู้จัดการ (K = 50, N = 10,726) งานวิจัยดังกล่าวพบว่า ผู้ประกอบการมีคะแนนบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์และด้านการมีจิตสำนึกสูงกว่าผู้จัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($dc = .36$ and $.45$) นอกจากนี้ยังพบว่าในบุคลิกภาพด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์และด้านการมีความเห็นอกเห็นใจของผู้ประกอบการมีคะแนนต่ำกว่าผู้จัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกด้วย ($dc = -.37$ and $-.16$)

ในขณะเดียวกันมีงานวิจัยจำนวนมากที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และความเป็นผู้ประกอบการในหลายประเทศ ยกตัวอย่างเช่น Chen (2007) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการ และการประสบความสำเร็จไปในการผลิตนวัตกรรมในเชิงธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในไต้หวัน ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีคะแนนความคิดสร้างสรรค์สูงจะมีความสัมพันธ์กับการผลิตความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมภายในทีมในกระบวนการจดสิทธิบัตร กล่าวคืองานวิจัยดังกล่าวเสนอแนะมุมมองที่ว่าความเป็นไปได้ว่า ยังผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์สูง ยิ่งส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และการผลิตนวัตกรรมภายในองค์กรอีกด้วย



ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร รวมถึงความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและความคิดสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์งานวิจัย

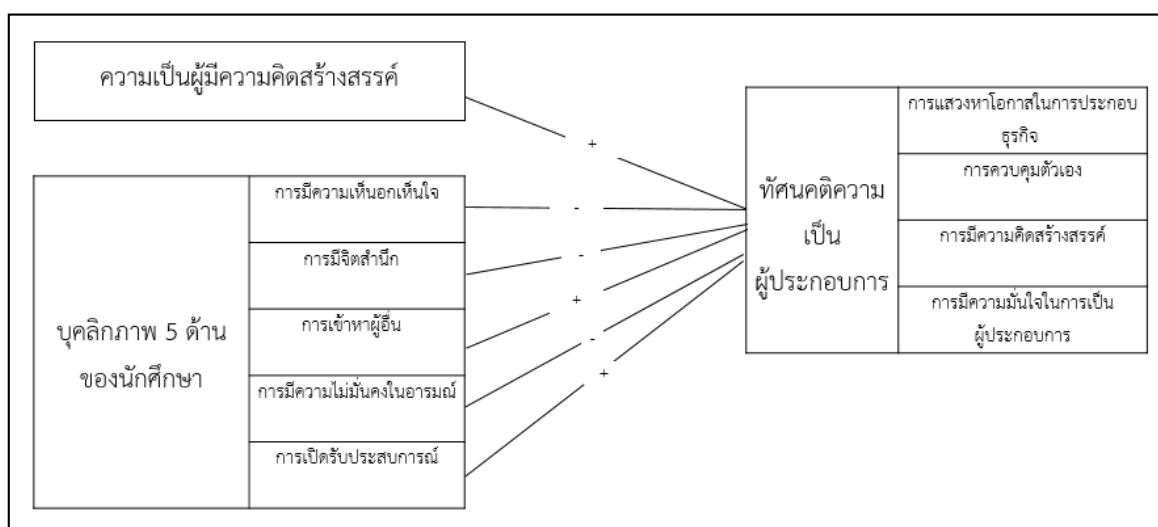
งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการและความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลาง

สมมติฐานของการวิจัย

ทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลางมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ การมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร ของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตภาคกลาง ผู้วิจัยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอายุ 18 – 25 ปีที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตภาคกลาง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regression) ที่กำหนดเกณฑ์ไว้ว่า ในการวิเคราะห์การถดถอยแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุควรมีการสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 หน่วย ต่อตัวแปรต้น 1 ตัว



(Hair et al., 2008) ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรต้นทั้งหมด 3 ตัวแปรคือ ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ และบุคลิกภาพ 5 ด้าน ซึ่งเท่ากับ 60 คน อย่างไรก็ตามเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และเพิ่มความเชื่อมั่นในการสรุปอ้างอิงไปสู่ประชากร ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 109 ชุด โดยเกณฑ์การคัดเลือกประกอบด้วย 1. ผู้เข้าร่วมวิจัยเป็น นักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 25 ปี และกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตภาคกลาง 2. ผู้เข้าร่วมวิจัยไม่ได้รับการวินิจฉัยว่ามีอาการของโรคจิตเวช หรืออยู่ระหว่างกระบวนการรักษาเชิงจิตวิทยาหรือจิตบำบัด 3. ผู้เข้าร่วมการวิจัยความสมัครใจและยินยอมให้มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. คณะ 4. สาขา 5. เกรดเฉลี่ยรวม และ 6. อาชีพบิดา-มารดา

2. มาตรวัดทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude Orientation: EAO) จำนวน 75 ข้อ ค่าความตรง (Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมืออยู่ในระดับสูง โดยมีค่าความตรงจากค่าความสอดคล้องรายข้อ (Items of Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67 – 1.00 และค่าความเที่ยงจากค่า Cronbach's Alpha (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.98 โดยผู้วิจัยได้นำมาตรวัดทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude Orientation: EAO) ที่พัฒนาโดย Robinson et al. (1991) ซึ่งเป็นการประเมินองค์ประกอบหลักของทัศนคติซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาโอกาสในการประกอบธุรกิจ (Achievement) การควบคุมตนเอง (Personal Control) การมีความคิดสร้างสรรค์ (Innovation) และการมีความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Self-Esteem) โดยมาตรวัดทัศนคติ การเป็นผู้ประกอบการเป็นมาตรวัดแบบประเมินตนเอง (Self-report) มีลักษณะเป็นมาตรวัดอันภาค 10 ระดับ (10-point Likert scale) โดยเริ่มจากระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงระดับ 10 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วน 6 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วยเล็กน้อยและ 5 ค่อนข้างไม่เห็นด้วยเล็กน้อย

ตัวอย่างข้อคำถาม

“ท่านไม่ค่อยทำตามคำแนะนำ เว้นแต่ว่างานที่ท่านกำลังทำนั้นซับซ้อนเกินไป”

“ท่านสร้างโอกาสทางธุรกิจและรับประโยชน์จากมัน”

“ท่านรู้สึกตื่นเต้นที่ได้ทำสิ่งใหม่ ๆ ที่แปลกใหม่ในกิจการทางธุรกิจของท่าน”

3. มาตรวัดความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ (Creative Achievement Questionnaire: CAQ) จำนวน 20 ข้อ ค่าความตรง (Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมืออยู่ในระดับสูง โดยมีค่าความตรงจากค่าความสอดคล้องรายข้อ (Items of Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67 – 0.90 และค่าความเที่ยงจากค่า Cronbach's Alpha (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.88 เป็นมาตรวัดที่พัฒนาโดย Carson et al. (2005) มีวัตถุประสงค์ที่จะวัดความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้เลือกด้านที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งประดิษฐ์ 2) ด้านการบริหารจัดการกีฬา เป็นมาตรวัดแบบประเมินตนเอง (Self-report)



โดยตอบตัวเลขจำนวนครั้งที่ผู้ทำแบบสอบถามเคยกระทำความผิดนั้นๆ หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบจำนวนครั้งที่เคยกระทำในข้อคำถามนั้นๆ มาก หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามนั้นเคยประสบความสำเร็จด้านนั้นมากเช่นกัน

ตัวอย่างข้อคำถาม

“โดยปกติแล้วท่านมักเจอวิธีการใช้ประโยชน์กับสิ่งของที่มีอยู่ในบ้านในวิธีใหม่”

“ ท่านได้รับสิทธิบัตรสำหรับสิ่งประดิษฐ์ของ ”

“ท่านเป็นผู้เขียนหรือผู้ร่วมเขียนงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารทางการบริหารจัดการกีฬา”

4. มาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Big Five Aspect Scales: BFAS) จำนวน 100 ข้อ ค่าความตรง (Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมืออยู่ในระดับสูง โดยมีค่าความตรงจากค่าความสอดคล้องรายข้อ (Items of Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67 – 0.90 และค่าความเที่ยงจากค่าครอนบาส์อัลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.88 เป็นมาตรที่ได้รับการพัฒนาโดย DeYoung et al. (2007) มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับ บุคลิกภาพของตนเอง 5 ด้าน คือ 1) การมีความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness) 2) การมีจิตสำนึก (Conscientiousness) 3) การเข้าหาผู้อื่น (Extraversion) 4) การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ (Neuroticism) และ 5) การเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกลุ่มสหสถาบันชุดที่ 1 มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตภาคกลาง
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยที่ผู้วิจัยเข้าไปเก็บขออนุญาตเก็บข้อมูลภายในบริเวณต่างๆ ของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตภาคกลาง เช่น ห้องสมุด และโรงอาหาร ผู้วิจัยแนะนำตนเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ข้อมูลคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัย และสอบถามความประสงค์ในการเข้าร่วมวิจัยด้วยวาจา หลังจากผู้ที่สนใจยืนยันที่จะเข้าร่วมการวิจัยเป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้แล้ว ผู้วิจัย จึงจะดำเนินการแจกแบบสอบถาม
3. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยให้ระยะเวลาแก่ผู้เข้าร่วมวิจัยทำแบบสอบถามประมาณ 20 นาที และหลังจากที่ผู้เข้าร่วมวิจัยตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามในทันที
4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มา ตรวจสอบ และคัดกรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลที่รับด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล และให้ข้อมูลมีความพร้อมในการทดสอบสมมติฐานต่อไป



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สำเร็จรูป เอสพีเอสเอส สำหรับวินโดวส์เวอร์ชัน 22 (SPSS for Windows Version 22) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ร้อยละ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. วิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการคำนวณคะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
3. วิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (Freedman et al., 2007) ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้
 - 3.1 สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์
 - 3.2 สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการกับบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ
 - 3.3 สหสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์กับบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดกรอง และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมจากแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 109 ชุด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา หลักสูตรและสาขาที่กำลังศึกษาอยู่ วิทยาเขตที่กำลังศึกษาอยู่ และเกรดเฉลี่ยรวม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (M) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตอนที่ 2 ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่ามัธยฐานเลขคณิต (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสูงสุด (Max) และต่ำสุด (Min) ของคะแนน ค่าความเบ้ของคะแนน (Sk) ค่าความโด่งของคะแนน (Ku) และค่าคะแนนที่เป็นไปได้ ของตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude Orientation: EAO) ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ (Creative Achievement Questionnaire: CAQ) บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Big Five Aspect Scales: BFAS)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product – moment correlation) ระหว่างมาตรทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 109)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			ระดับการศึกษา		
ชาย	68	62.39	ระดับปริญญาตรี	109	100
หญิง	39	35.78	ระดับปริญญาโท-เอก	0	0.0
ไม่ประสงค์ระบุ	2	1.83			
รวม	109	100	รวม	109	100
อายุ			หลักสูตรและสาขาที่กำลังศึกษาอยู่		
18-25	104	95.41	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา การบริหารจัดการกีฬา	72	66.06
26-34	2	1.83	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา สื่อสารการกีฬา	19	17.43
35-45	2	1.83	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา การท่องเที่ยวและนันทนาการ	18	16.51
46 ปีขึ้นไป	1	0.92			
รวม	109	100	รวม	109	100
วิทยาเขตที่ท่านกำลังศึกษาอยู่			เกรดเฉลี่ยรวม		
วิทยาเขตสุพรรณบุรี	52	47.71	2.50-2.99	39	35.78
วิทยาเขตชลบุรี	47	43.12	3.00-3.49	31	28.44
วิทยาเขตกรุงเทพ	4	3.67	2.00-2.49	23	21.10
วิทยาเขตสมุทรสาคร	4	3.67	3.50-4.00	14	12.84
วิทยาเขตอ่างทอง	2	2.04	ยังไม่ทราบเกรด	1	0.92
รวม	109	100	รวม	109	100

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลางจำนวน 109 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย ร้อยละ 62.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 25 ปี ร้อยละ 95.4 ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 100 โดยร้อยละ 66 ศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการกีฬา และร้อยละ 47.7 ศึกษาอยู่ในวิทยาเขตสุพรรณบุรี ซึ่งร้อยละ 35.8 มีเกรดเฉลี่ยรวม 2.50-2.99



ตอนที่ 2 ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสูงสุด (Max) และต่ำสุด (Min) ของคะแนน ค่าความเบ้ของคะแนน (Sk) ค่าความโด่งของคะแนน (Ku) และค่าคะแนนที่เป็นไปได้ของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ทักษะการคิดเป็นผู้นำประกอบการ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ

ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา (n = 109)

	M	SD	Sk	Ku
EA	6.75	.912	-.062	-.976
CA	.651	1.05	3.54	17.4
N	2.90	.426	-.249	-.212
C	3.32	.484	.826	-.192
E	3.17	.300	.502	-.089
O	3.21	.306	.271	.299
A	3.35	.494	.638	-.203

หมายเหตุ

EA = ทักษะการคิดเป็นผู้นำประกอบการ CA = ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ N = การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ C = การมีจิตสำนึก E = การเข้าหาผู้อื่น O = การเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) A = การมีความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง (n = 109) พบว่าคะแนนทักษะการคิดเป็นผู้นำประกอบการเฉลี่ยอยู่ที่ 6.75 (SD = 0.91) คะแนนความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยอยู่ที่ 0.65 (SD = 1.05) คะแนนการมีความไม่มั่นคงในอารมณ์เฉลี่ยอยู่ที่ 2.90 (SD = 0.426) คะแนนการมีจิตสำนึก เฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 (SD = 0.484) คะแนนการเข้าหาผู้อื่น เฉลี่ยอยู่ที่ 3.17 (SD = 0.300) คะแนนการเปิดรับประสบการณ์ เฉลี่ยอยู่ที่ 3.21 (SD = 0.306) คะแนนการมีความเห็นอกเห็นใจ เฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 (SD = 0.494)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ศึกษา ได้แก่ ทักษะการคิดเป็นผู้นำประกอบการ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ การมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจ โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรที่ศึกษา (n = 109)

ตัวแปร	EA	CA	N	C	E	O	A
EA	1.00						
CA	.061	1.00					
N	.029	.158	1.00				
C	.504*	-.072	-.188	1.00			
E	.309*	-.053	-.258*	.522*	1.00		
O	.471*	.053	-.110	.534*	.530*	1.00	
A	.386*	-.110	-.068	.766*	.454*	.536*	1.00

หมายเหตุ * หมายถึง $p < .01$

EA = ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ CA = ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ N = การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ C = การมีจิตสำนึก E = การเข้าหาผู้อื่น O = การเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) A = การมีความเห็นอกเห็นใจ (Agreeableness)

ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการกับการมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ การมีความเห็นอกเห็นใจ พบว่ามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .504, p < .01$), ($r = .309, p < .01$), ($r = .471, p < .01$) และ ($r = .386, p < .01$)

นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปร การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ และ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์

สรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการกับการมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ การมีความเห็นอกเห็นใจ พบว่ามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .504, p < .01$), ($r = .309, p < .01$), ($r = .471, p < .01$) และ ($r = .386, p < .01$)

อภิปรายผลการวิจัย

การทำความเข้าใจทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการนักศึกษามหาวิทยาลัยส่งผลดีและเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา เนื่องจากความเข้าใจดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาในมหาวิทยาลัย การวิจัยครั้งนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการในนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นดังต่อไปนี้



ประเด็นที่ 1 ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ การมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

การวิจัยครั้งนี้แสดงข้อค้นพบที่ว่า ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ การมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยการมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์มีสหสัมพันธ์ทางบวก กับทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .504, p < .01$), ($r = .309, p < .05$), และ ($r = .471, p < .01$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า เช่น งานวิจัยของ ชว และ ซีเบิร์ต (Zhao & Seibert 2006) ที่พบว่า การมีจิตสำนึก เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่แยกผู้ประกอบการจากบุคคลอื่น เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสำเร็จและเกิดความน่าเชื่อถือ

การเข้าหาผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องเป็นผู้นำเสนอหรือถ่ายทอดแนวความคิดต่อ ผู้ร่วมลงทุน พันธมิตร ลูกจ้าง และลูกค้า ส่วนการเปิดรับประสบการณ์แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะสนใจสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและความท้าทายใหม่ๆ บุคคลที่เติบโตบนความท้าทายและสภาพแวดล้อมใหม่ๆ อาจเป็นผู้ที่นำเสนอแนวทางที่สร้างสรรค์ รูปแบบธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ โดยการเปิดกว้างของผู้ประกอบการอาจช่วยการทำงานเหล่านี้ได้

ในส่วนของการมีความเห็นอกเห็นใจ ถึงแม้ว่าจะมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .386, p < .01$) อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยครั้งนี้อาจไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ Antoncic et al. (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่า ในด้านหนึ่งผู้ประกอบการอาจให้ความร่วมมือ ช่วยเหลืออุดหนุน จริงใจ เป็นมิตร เชื่อใจได้ และมีการเจรจาต่อรองได้ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการในบางธุรกิจอาจมีลักษณะนิสัยชอบต่อสู้โดยตรงไปตรงมาและเรียกร้องตามสิทธิที่พึงได้ มากไปกว่านั้นความตั้งใจอันแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการอาจกลายเป็นเครื่องมือที่ส่งผลเสียต่อธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่นในบางครั้งกระทำอย่างหุนหันพลันแล่นและยากที่ผู้อื่นจะเข้าใจ อาจส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์กับผู้อื่น

นอกจากนี้ปัจจัยด้านธุรกิจในประเทศไทยอาจจะส่งผลต่อมุมมองคนที่มีความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากร้อยละ 95 ของธุรกิจในประเทศไทยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 เป็นธุรกิจภาคการค้าและบริการ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2021) ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps) ที่ได้เพิ่ม ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ล้วนให้ความสำคัญกับบุคลากรเป็นปัจจัยหลักเพื่อให้ธุรกิจการค้าและบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (Sereerat, 1998)

จึงมีความเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอม ใจกว้าง เห็นอกเห็นใจผู้อื่น จะช่วยสานสัมพันธ์กับลูกค้า พันธมิตร และผู้ถือหุ้นได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suci et al. (2019) ที่ศึกษาผลกระทบของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ประกอบการต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีบุคลิกเห็นอกเห็นใจ มักจะมีลักษณะโดยทั่วไปที่ให้ความ



ร่วมมือ ใจดี อบอุ่น และขอช่วยเหลือ ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้

อย่างไรก็ตามข้ออภิปรายข้างต้นอาจยังไม่สามารถสรุปได้อย่างชัดเจนว่าการมีความเห็นอกเห็นใจส่งผลทางบวกหรือทางลบต่อการประกอบอาชีพในฐานะผู้ประกอบการโดยทั่วไปและในฐานะผู้ประกอบการกีฬาในประเทศไทย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นนี้

ประเด็นที่ 2 ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปร การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ และ ความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปรการมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Suci et al. (2019) ศึกษาผลกระทบของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ประกอบการต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ไม่มีนัยสำคัญต่อผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ

ในทางเดียวกันทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปรด้านความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์เช่นเดียวกัน โดยหากมองจากบริบทรูปแบบธุรกิจในประเทศไทยจากข้อมูลของ Rattanakhamfu and Itthiphattwong (2020) พบว่าจำนวนบริษัทที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการผ่านการสร้างนวัตกรรมของตนเองมีน้อยกว่า 400 บริษัท จากจำนวนทั้งหมดว่า 2.6 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีอยู่ในปี 2564 มากไปกว่านั้นบริษัทในไทยยังมีสัดส่วนที่ต่ำมากหากมองประเด็นการถือครองสิทธิบัตร

ดังนั้นจึงอาจมีความเป็นไปได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการในไทยซึ่งหมายถึงผู้ที่ก่อตั้ง ดำเนินการ และบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) อาจไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับความสำเร็จในอดีตของตัวบุคคลเพียงอย่างเดียว เนื่องจากธรรมชาติการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจในประเทศไทยยังไม่ได้เน้นไปที่การสร้างสินค้าและให้บริการที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์และผลิตนวัตกรรม

ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายโดยสังเขปได้ว่าทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ การมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์ และการมีความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลาง โดยการมีจิตสำนึก การเข้าหาผู้อื่น การเปิดรับประสบการณ์มีสหสัมพันธ์ทางบวก กับทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้การมีความเห็นอกเห็นใจ ถึงแม้ว่าจะมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ แต่งานวิจัยครั้งนี้ยังไม่สามารถสรุปได้อย่างชัดเจนว่าการมีความเห็นอกเห็นใจ มีแนวโน้มส่งผลทางบวกหรือทางลบต่อการประกอบอาชีพในฐานะผู้ประกอบการโดยทั่วไปและในฐานะผู้ประกอบการกีฬาในประเทศไทย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นนี้ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยดังกล่าว ทักษะคิดความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปร การมีความไม่มั่นคงในอารมณ์ และความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์



ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ บุคลิก 5 ด้าน และความสำเร็จเชิงความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้การศึกษามีความลึกซึ้งมากขึ้น การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเพิ่มตัวแปรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านธุรกิจหรือการศึกษาเฉพาะทางด้านธุรกิจว่าส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ มากไปกว่านั้นเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะกับนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในวิทยาเขตภาคกลาง เพียงมหาวิทยาลัยเดียวเท่านั้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจจะเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มที่หลากหลาย เช่น นักศึกษามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ คณะอื่นๆ และ วิทยาเขตภาคอื่น ๆ เป็นต้น รวมถึงอาจจะเพิ่มขั้นตอนการเก็บข้อมูลให้อยู่ในสถานที่เฉพาะเจาะจง เช่น ห้องเรียนรวมประจำคณะ เพื่อลดความเสี่ยงที่ปัจจัยภายนอกจะส่งผลต่อการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมการวิจัย นอกจากนี้เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะ ในช่วงเวลาการตอบแบบสอบถามเท่านั้น (Cross sectional) ซึ่งอาจจะไม่สามารถสะท้อนปรากฏการณ์ของตัวแปรที่ศึกษาได้ทั้งหมด ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะเพิ่มการเก็บข้อมูลซ้ำหลายครั้ง เช่นเก็บข้อมูลทั้งหมด 3 ครั้ง แต่ละครั้งห่างกัน 2 สัปดาห์ เป็นต้น

References

- Antonicic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & Denoble, A. F. (2015). The big five personality-entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing Pearson eText 2.0 global edition* (18th ed.). Pearson Education.
- Carson, S. H., Peterson, J. B., & Higgins, D. M. (2005). Reliability, validity, and factor structure of the creative achievement questionnaire. *Creativity Research Journal*, 17(1), 37–50. https://doi.org/10.1207/s15326934crj1701_4
- Chen, M.-H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: Creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239–249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00439.x>
- Department of Employment. (2020). *2020 Performance report*. DOE.
- DeYoung, C. G., Quilty, L. C., & Peterson, J. B. (2007). Between facets and domains: 10 aspects of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 880–896. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.880>
- Fraser, N. (2020). *Fortunes of feminism: From state-managed capitalism to neoliberal crisis*. Verso Books.
- Freedman, D., Pisani, R., & Purves, R. (2007). *Statistics. International student ed.* Pisani, R. Purves. WW Norton & Company.



- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2008). *Multivariate Data Analysis: Global Edition* (7th ed.). Pearson Education.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). *Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature*. Now.
- Ministry of Education. (2020). *2020 Annual report*. MOE.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2021). *Small and Medium Enterprise Situation Report*. OSMEP.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32. <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Rattanakhamfu, S., and Itthiphathwong, S. (2020). The emergence of innovative firms in Thailand. *Target*, 4(5), 6.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40(3), 437–453. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x>
- Siriwan, S. (1998). Research of business. *Bangkok: The Diamond of the Business World*.
- Suci, N. M., Yulianthini, N. N., & Dewanti, M. A. (2019). The effect of big five personality of entrepreneurs on business growth in smes. In N. Suharsono, G. A. Yuniarta, A. T. Atmadja, & I. P. G. Diatmika. (Eds.), *International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 19)* (pp. 194-197). Atlantis Press.
- ThaiPublica. (2018, Jul 9). *EIC Point out that the world is starting to grow*. <https://thaipublica.org/2018/07/scb-eic-9-7-2561/>
- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2008). The economic benefits and costs of entrepreneurship: A review of the research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(2), 65–154. <https://doi.org/10.1561/03000000012>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *The Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

Received: November 03, 2023

Revised: February 07, 2024

Accepted: June 10, 2024