

**พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย: อิทธิพลของการรับรู้  
ความสามารถตนเองและการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจ  
ในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม**  
**ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF THAI TEENAGER: THE INFLUENCES  
OF PERCEIVED SELF-EFFICACY, PERCEIVED SOCIAL-SUPPORT ON  
ENTREPRENEURIAL INTENTION IN COLLECTIVIST CULTURAL CONTEXT**

คมกริช นันทะโรจพงษ์<sup>1</sup>, ภูธิป มีถาวรกุล ประสพชัย พสุนนท์  
Khomkrit Nantharojphong<sup>1</sup>, Phutip Meethavornkul<sup>2</sup>, Prasopchai Pasunon<sup>3</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) แบบคู่ขนานเข้าหากัน (Convergent Parallel Design) การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มวัยรุ่นอายุตั้งแต่ 15-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจหรือกำลังศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 376 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและแบบสโนว์บอล ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ให้ข้อมูลหลักคือวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 15-24 ปี และมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน เลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและแบบสโนว์บอล รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่มีลักษณะคำถามเป็นปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น คือการรับรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม และวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม โดยมีอิทธิพลผ่านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญคือความต้องการและความตั้งใจแน่วแน่ซึ่งหากพิจารณาถึงการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  (Chi-Square) มีค่าเท่ากับ 63.01 ที่องศาอิสระเท่ากับ 52 ระดับความมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.14 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า เท่ากับ 0.024 ค่าไคสแควร์ต่อองศาอิสระ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.21 และ CFI มีค่าเท่ากับ 0.99 และ GFI มีค่าเท่ากับ 0.97 สำหรับการศึกษานำหนักของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และ อิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น พบว่า ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมสูงสุด รองลงมาคือวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม และการรับรู้ความสามารถของตนเอง

**คำสำคัญ:** วัยรุ่นไทย ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม

<sup>1</sup> Lecturer of Faculty of Business Administration, & Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Corresponding Author, E-mail Address: nantharojphong@gmail.com

<sup>2</sup> Doctor of Philosophy Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Email Address: thepool28@gmail.com

<sup>3</sup> Associate Professor Dr. , Faculty of Management Science, Silpakorn University, E- mail Address: prasopchai@ms.su.ac.th

## Abstract

The objective of the analysis of causal relationship between factors affecting to entrepreneurial behavior of Thai Teenager was to analyze the factors which influence the behavior of Thai young entrepreneurs in the collectivism cultural context by using mixed methods approach in type of convergent parallel design. In part of quantitative research, the samples were 376 teenager in Bangkok who has age between 15-24 years old and have entrepreneurial experience or study in entrepreneurship field by purposive and snowball sampling. The tools of quantitative research was a questionnaire. Structural Equation Modeling (SEM) was conducted for analyzing the model with empirical data. In part of qualitative research, the key informants was 15 entrepreneurs teenager by purposive and snowball selection. Data gathering conducted by in-depth interview which were semi-structured and open ended question.

The results showed that the variables that affect the variable Entrepreneurial Behavior of Thai Teenager were Perceived Self-efficacy, Perceived Social-support and Collectivist Cultural by influencing the Entrepreneurial Intention. The Entrepreneurial Intention include the variable demand and the key is determined. Considering the consistent monitoring of structural equation model developed in harmony with the empirical data. That are consistent By considering  $\chi^2$  (Chi-Square) is equal to 63.01, the degrees of freedom was 52 level of significance (P-Value) was 0.14 Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA was 0.024, chi-square (chi-Square) to the degrees of freedom ( $\chi^2/df$ ) was equal to 1.21 and the weight of direct effect scored showed the CFI was 1.21, GFI was 0.99. Indirect effect and interaction of causal factors on the Entrepreneurial Behavior of Thai Teenager which found that the Entrepreneurial Intention was maximum influence, Collectivist Cultural and Perceived Self-efficacy respectively.

**Keywords:** Thai Teenager, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Behavior, Perceived Self-efficacy, Perceived Social-support

## บทนำ

ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ขับเคลื่อนการผลิต ทำให้ปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น แรงงาน ที่ดิน และเงินทุนมารวมกันเพื่อสร้างสินค้าและบริการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ (ศักดิ์พล เจือศรีกุล, 2560) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นผู้บุคคลสำคัญของธุรกิจที่ตั้งอยู่ และธุรกิจที่กำลังจะเกิดใหม่ ทั้งธุรกิจด้านการผลิต การบริการ การซื้อขายแลกเปลี่ยน เป็นผู้เริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจทั้งในการสร้างงาน สร้างรายได้ การประดิษฐ์คิดค้น การบุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเป็นกลไกในการกระจายรายได้และความเจริญของประเทศ (อำนาจ ชีระวนิช, 2549) รัฐบาลได้มีนโยบายเกี่ยวกับผู้ประกอบการมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ (New Start-up)

สังคมไทยนับตั้งแต่ในอดีตมามีปลูกฝังให้ลูกหลานตั้งใจศึกษาเล่าเรียนให้สำเร็จการศึกษาในระดับที่สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อจะได้มีวิชาความรู้ มีหน้าที่การงานและฐานะที่มั่นคง มีเกียรติ ได้รับราชการหรือได้ทำงานในบริษัทใหญ่ที่มั่นคงและมีชื่อเสียง ความคิดดังกล่าวถูกปลูกฝังจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมา ทำให้คนไทยยึดติดกับการเป็นลูกจ้างของบริษัทหรือข้าราชการมากกว่าการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง (เยาวลักษณ์ เคลือบมาศ, 2551; วิทยากร เชียงกุล, 2542) ค่านิยมดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เยาวชนไทยในอดีตที่ผ่านมาที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจหรือเป็นเจ้านายตัวเองค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นที่เป็นประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นกัน กอปรกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านแรงงาน ผลพวงจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำประกอบกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นไปอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้หลายธุรกิจต่างพากันลดขนาดขององค์กรลง ลดการจ้างงาน และต้นทุนที่ไม่จำเป็น ขณะเดียวกันก็หันมาลงทุนนำเทคโนโลยีมาใช้แทนการจ้างแรงงาน ทำให้สถานการณ์การว่างงานของคนไทยนับวันยิ่งสูงขึ้น ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ภาพการณ์ว่างงานของคนไทย

ในปี 2560 สูงขึ้นกว่าปี 2559 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ว่างงานที่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากที่สุดกว่า 250,000 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์)

จากสถานการณ์ดังกล่าว สิ่งหนึ่งที่เป็นทางออกในการแก้ไขปัญหาคือการพัฒนาศักยภาพมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่ของประเทศ โดยการสร้างงาน ส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง และสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจเป็นผู้ประกอบการให้มากขึ้นแทนการเป็นแรงงาน เนื่องจากวัยรุ่นไทยเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันที่มีศักยภาพสูง มีความรู้เท่าทันเทคโนโลยี มีความสามารถหลากหลาย และเป็นวัยที่เปี่ยมด้วยพลังแห่งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยเริ่มต้นจากการสร้างความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีแรงจูงใจ มีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ และมีความพร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในอนาคต ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาประเทศเนื่องจากทำให้เกิดการก่อตัวของธุรกิจใหม่ๆ เกิดการขยายตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เป็นรากฐานของการพัฒนาและเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ (สุธีรา อะทะวงษา, 2556) อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อน มีความคล่องตัวสูง ใช้เงินลงทุนไม่มาก และเปิดกว้างให้ผู้ที่มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยง แต่ยังมีประสบการณ์น้อยได้เรียนรู้ และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาศักยภาพเพื่อต่อยอดไปสู่ความสำเร็จในชีวิตได้ (ศิริพร ยาวิชัย, 2552)

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการวัยรุ่นไทย โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) มาเป็นแนวคิดทฤษฎีพื้นฐานในการศึกษา และจากการศึกษางานวิจัยของไทยที่ผ่านมาพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยใดที่มุ่งศึกษาในประเด็นดังกล่าวด้วยวิธีวิทยาการวิจัยแบบผสมผสานวิธีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพคู่ขนานเข้าหากัน (Convergent parallel design) ตามแนวทางของ Creswell, & Plano Clark (2011) และ Creswell (2013) รวมถึงการศึกษาความสัมพันธ์ในบริบทของวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ซึ่งเป็นมิติหนึ่งของความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมที่เด่นชัดในสังคมไทย รูปแบบวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ และพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยที่ควรนำมาพิจารณา โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย ให้มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษา บริหารจัดการ และสร้างปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้วัยรุ่นมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีแรงจูงใจ ทักษะความรู้ และพฤติกรรมในการพัฒนาไปเป็นผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น อันจะช่วยให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้มีความแข็งแกร่งได้ต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มกับข้อมูลเชิงประจักษ์

## ทบทวนวรรณกรรม

### พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ

พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial behavior) การศึกษาเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเริ่มแรกเกิดขึ้นบนพื้นฐานของการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะทางจิตวิทยา (Psychology traits) (Palma, Cunha, & Lopes, 2009) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ที่มีความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ เป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษแล้วที่มีการศึกษาและระบุถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เช่น ความต้องการความสำเร็จ ความกล้าที่จะเสี่ยง ความมีอิสระ และการมีนวัตกรรม (Begley, & Boyed, 1987; McClelland, 1961) ขณะที่พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นประเด็นที่สำคัญในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจิตวิทยาเศรษฐกิจ (Economic psychology) (Delmar, 1996) ในด้านพฤติกรรมศาสตร์มีการศึกษาพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการโดยมุ่งเน้นศึกษาสิ่งที่ผู้ประกอบการทำมากกว่าที่จะศึกษาในสิ่งที่ผู้ประกอบการเป็น (Gartner, 1988) Carsrud and Johnson's (1989) กล่าวว่าพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการส่วนหนึ่งจะถูกกำหนดโดยบริบทของสังคมและสถานการณ์ ประกอบด้วยกลุ่มของค่านิยมและรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Aldrich, & Zimmer, 1986; Pruett, et al., 2009) พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นกลุ่มของการกระทำที่มีลักษณะที่ชัดเจนที่แสดงออกมา

ผ่านกระบวนการในการสร้างหรือประกอบธุรกิจ (Middleton, W. K., 2010) Dess, Lumpkin, & Taylor (2005) ระบุว่า การเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและรูปแบบการทำธุรกิจ ประกอบด้วยมิติต่าง ๆ เช่น ความมีอิสระ การทำงานเชิงรุก การเผชิญความเสี่ยง ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น

### ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) มีแนวคิดว่าพฤติกรรมต่าง ๆ เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าและสามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ (Ajzen, 1991) โดยองค์ประกอบของความตั้งใจประกอบด้วยเจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward behavior) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี (Krueger, Reilly, & Casrud, 2000; Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E.T., 2013; Senay Sabah, 2016; Ozaralli, & Rivenburgh, 2016) โดยการรับรู้ความต้องการและความเป็นไปได้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถบ่งชี้ถึงความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นสภาวะทางจิตใจที่มีความต้องการประกอบธุรกิจทำให้มีความมุ่งมั่นและเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และความตั้งใจนี้จะคงอยู่นจนกว่าจะถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม บุคคลจึงจะแสดงพฤติกรรมออกมาตามที่ตั้งใจ (Ajzen, 1988; มนทกานต์ เมฆธา, 2546) จึงสามารถตีความได้ว่าความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการในการหาข้อมูลเพื่อที่จะใช้ในการบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจ (Katz, & Gartner, 1988)

### การรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived self-efficacy) เป็นความเชื่อในความสามารถของบุคคลที่จะบรรลุผลสำเร็จอันเป็นผลมาจากการกระทำของเขา (Bandura, 1977) แต่ละคนจะตัดสินใจความสามารถของตนเองต่อการจัดการและแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Bandura, 1997) ทำให้บุคคลสามารถจัดระเบียบ วางรูปแบบการกระทำที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ (Pajares, 1996) การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่สำคัญต่อการเลือกใช้ความพยายามในการทำสิ่งต่าง ๆ การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อการกระทำและความไม่ย่อท้อ Bandura กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถตนเองเป็นลักษณะเฉพาะที่ผันแปรไปตามสถานการณ์ หากบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูงย่อมคาดหวังกับผลที่เกิดขึ้นสูง และมีความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จ ตรงกันข้ามหากบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถของตนเองต่ำ บุคคลนั้นก็มีแนวโน้มที่จะท้อแท้และลดคุณค่าตนเอง ไม่สนใจหรือหลีกเลี่ยงการกระทำสิ่งต่าง ๆ จนกระทั่งขาดโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงจัดเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติต่อพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) หากบุคคลมีทัศนคติและการรับรู้ทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือความตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น มีงานวิจัยจำนวนมากพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Bird, 1988; Chen, et al ., 1998; Carter, et al ., 2003; Barbosa, et al ., 2007; Yun Chen, & Yuanqiong He, 2011; Carmen Guzmán-Alfonso, Joaquín Guzmán-Cuevas, 2012) และเป็นตัวแปรที่มีความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ (Boyd and Vozikis, 1994; Krueger, et al ., 2000)

### การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม

Caplan (1974); Cobb (1976) และ Kahn (1979) ต่างได้ให้นิยามของการสนับสนุนทางสังคม (Social support) สอดคล้องกันว่าเป็นการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและได้รับสิ่งที่ทำให้ตัวเขาเองเชื่อว่าบุคคลอื่นให้ความช่วยเหลือสนับสนุน ให้คุณค่าหรือยกย่องว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ทำให้เกิดผลทางบวกกับบุคคลนั้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ขณะที่ Buck (1982) กล่าวว่าบุคคลได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้ Barrera (1981) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นความใกล้ชิดสนิทสนม คั่นเคย ช่วยเหลือกันและกันโดยอาจจะเป็นสิ่งของ คำแนะนำ ข้อมูล รวมถึงการมีส่วนร่วมในสังคม ซึ่ง Jacobson (1986) จำแนกการสนับสนุนทางสังคมออกเป็นการสนับสนุนด้านอารมณ์ เช่น ความรัก ความห่วงใย ความเชื่อมั่น การยอมรับนับถือ การชมเชย การสนับสนุนด้านปัญญา เช่น การให้ความรู้ คำแนะนำ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การสนับสนุนด้านวัตถุ เช่น การให้สิ่งของ เงินทอง วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งแหล่งที่มาของแรงสนับสนุนทางสังคมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) กลุ่มปฐมภูมิ คือกลุ่มที่มีสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกแบบส่วนตัวมีความสนิทสนมคุ้นเคยกัน ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง 2) กลุ่มทุติยภูมิ คือกลุ่มที่สมาชิกมีสัมพันธ์ภาพตาม

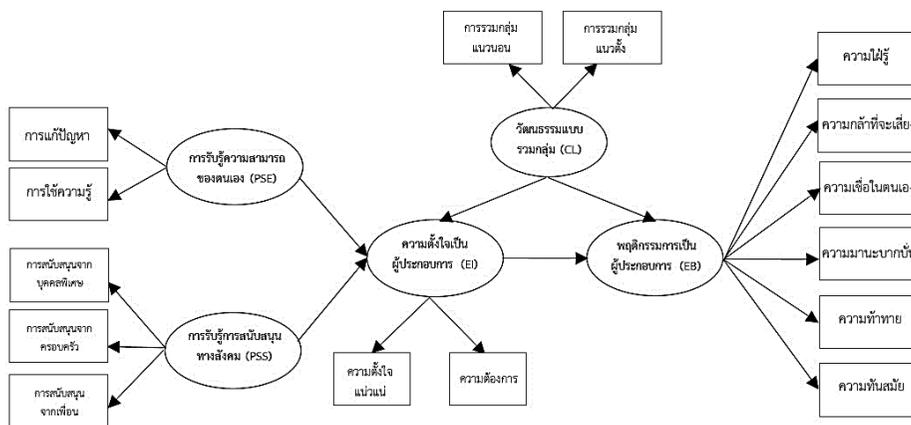
แบบแผนที่กำหนดไว้ เช่น เพื่อนสนิท บุคคลพิเศษ ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม จึงจัดเป็นส่วนหนึ่งของบรรทัดฐานทางสังคมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นการรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญสำหรับเขาต้องการหรือไม่ต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้นๆ หากบุคคลรับรู้ว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาสนับสนุนหรือต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและทำตามด้วย งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า เมื่อมีการสนับสนุนทางสังคมสูงขึ้นจะส่งผลให้บุคคลมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้นด้วย (Hosseini, & Shiri, 2010; Shiri, N., et al., 2012; Susilawati, 2013; Sahban, Muhammad, & Sri Ramalu, Subramaniam, 2016)

### วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม

วัฒนธรรมแบบปัจเจกนิยม (Individualism) และแบบรวมกลุ่มนิยม (Collectivism) เป็นมิติความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมหนึ่งใน 5 มิติ ตามแนวคิดของ Geert Hofstede (Hofstede, & Hofstede, 2005) Individualism เป็นวัฒนธรรมที่คนในสังคมให้ความสำคัญกับตนเองและครอบครัวก่อนผู้อื่น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีลักษณะหลวม ๆ ให้ความสำคัญกับความเป็นตัวของตัวเองทั้งในด้านความคิดและการกระทำมากกว่าการที่คำนึงถึงกลุ่ม เชื่อในการตัดสินใจของตนเองมากกว่าการสนับสนุนจากกลุ่ม ขณะที่ Collectivism เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นกลุ่ม คนในสังคมและกลุ่มมีสัมพันธ์ภาพกันอย่างเหนียวแน่น ต้องการการยอมรับจากสังคมนอกข้าง ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกัน คำนึงถึงการตัดสินใจร่วมกันเป็นกลุ่มมากกว่าจะตัดสินใจเพียงคนเดียว (Hofstede, 1997) ทั้งนี้วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มสามารถยังแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวนอน (Horizontal collectivism) เป็นวัฒนธรรมที่มองว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและมีสถานภาพทางสังคมที่คล้ายคลึงกับผู้อื่นในกลุ่ม และวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวตั้ง (Vertical collectivism) เป็นวัฒนธรรมที่มองว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแต่รับรู้ว่าคุณค่าภายในกลุ่มมีความแตกต่างทางสถานภาพทางสังคมด้วย วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มทำให้บุคคลรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้บุคคลรับรู้ว่าการยากหรือง่ายที่จะเป็นผู้ประกอบการ หากบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะมีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการในสภาพวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มและสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจได้ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนั้น จากการศึกษาของ Hofstede Insights ([www.hofstede-insights.com](http://www.hofstede-insights.com)) ระบุว่าไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มสูง ประเทศที่มีวัฒนธรรมเช่นนี้กลุ่มและบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความคิด พฤติกรรม และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นค่อนข้างมาก (Aloulou, W. J., 2016; Mwiya, B., et al., 2017; Roy, R., Akhtar, F. and Das, N., 2017) ทั้งนี้มีการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มนิยมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Ali, et al., 2011; Siu, W. and Lo, E.S., 2013; Yang, J., 2013)

### สมมติฐานการวิจัย

โมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบแผนการวิจัยแบบผสมผสานวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed methods) แบบคู่ขนานเข้าหากัน (Convergent parallel design) ดำเนินการทั้งสองวิธีไปพร้อมกัน ตามแนวทางของ Creswell, & Plano Clark (2011) และ Creswell (2013)

### กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือกลุ่มวัยรุ่นอายุตั้งแต่ 15-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจหรือกำลังศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการ จำนวนทั้งสิ้น 384 คน (Krejcie, & Morgan, 1970) โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและแบบสโนว์บอล และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด มีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมามีทั้งสิ้น 376 คน อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 94.00 ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ในการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยเลือกใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอล (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555) คือกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 15-24 ปีที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามที่มีข้อคำถามในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Interval scale) 5 ระดับ จำนวน 6 ส่วน ผู้วิจัยได้มาจากการศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือตัวผู้วิจัยและแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ที่มีลักษณะเป็นปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ใช้เครื่องมือจดบันทึกข้อมูลภาคสนามและเครื่องบันทึกเสียงในการบันทึกข้อมูล

### การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับที่กำลังศึกษา ที่มาของรายได้หลักไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

**ส่วนที่ 2** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยผู้วิจัยประยุกต์ข้อคำถามของ Ralf Schwarzer, & Matthias Jerusalem (1995); Bandura (1997) และ Pajares, & Urdan (2006) นำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ทำให้ได้ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง รวม 7 ข้อแบ่งเป็น 2 ด้าน คือด้านการใช้ความรู้ (Use of Knowledge: UK) และด้านการแก้ปัญหา (Problem Solving: PS) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตัวอย่างคำถามเช่น “ฉันสามารถนำความรู้ความสามารถที่ฉันมีออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์” “ฉันมั่นใจว่าความรู้ความสามารถที่ฉันมีจะทำให้ฉันแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้” เป็นต้น

**ส่วนที่ 3** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ผู้วิจัยประยุกต์ข้อคำถามของ Zimet, G.D., Dahlem, N.W., Zimet, S.G., & Farley, G.K. (1988) นำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจทำให้ได้ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม รวม 8 ข้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน คือการสนับสนุนจากบุคคลพิเศษ (Special Persons Support: SPS) การสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support: FAS) และการสนับสนุนจากเพื่อน (Friends Support: FRS) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตัวอย่างคำถามเช่น “บุคคลพิเศษที่อยู่รอบตัวฉันสามารถแบ่งปันความสุขกับฉันได้”, “ครอบครัวมีส่วนสำคัญในการช่วยเหลือฉันในทุกๆ เรื่อง” “ฉันมีเพื่อนๆ ที่คอยอยู่ข้างๆ ช่วยใจและสนับสนุนตัวฉัน” เป็นต้น

**ส่วนที่ 4** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยปรับใช้ข้อคำถาม Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) ของ Liñán and Chen (2006) รวม 6 ข้อ แบ่งเป็น 2 ด้าน คือความมุ่งมั่น (Determine: DET) และความต้องการ (Desire: DES) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจมืออาชีพ” “ฉันมุ่งมั่นที่จะสร้างกิจการของฉันที่มั่นคง” เป็นต้น

**ส่วนที่ 5** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ผู้วิจัยปรับใช้ข้อคำถามใน Individualism and Collectivism Scale ของ Triandis, H. C., & Gelfland, M. J. (1998) มีข้อคำถามรวม 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ

มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวนอน (Horizontal Collectivism: HC) และวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวตั้ง (Vertical Collectivism: VC) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ความคิดเห็นของเพื่อนๆ มีอิทธิพลต่อความคิดของฉัน” “ฉันมักตัดสินใจโดยฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่ฉันเคารพนับถือ” เป็นต้น

**ส่วนที่ 6** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยประยุกต์ข้อคำถามตาม General measure of Enterprising Tendency (GET Test) ของ Caird, Sally (2013) นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทำให้ได้ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ รวม 20 ข้อ แบ่งเป็น 6 ด้าน คือ ความใฝ่รู้ (Ready to Learn: RL) ความกล้าที่จะเสี่ยง (Risk Taking: RT) ความเชื่อในตนเอง (Self-belief: SB) ความมานะบากบั่น (Diligence: DG) ความท้าทาย (Challenging: CH) และความทันสมัย (Smart: SM) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันมักทำตัวเป็นแก้วที่มีน้ำอยู่เพียงครึ่งแก้ว เพื่อเติมเต็มความรู้อยู่เสมอ” “หากฉันมีแนวคิดดีๆ ที่จะทำให้อ自己有รายได้เพิ่ม ฉันก็พร้อมที่จะหาวิธีที่จะลงทุนทำมัน” “ฉันต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตที่ฉันเลือกเอง” เป็นต้น

ส่วนแนวคำถามสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ แนวคำถามดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแนวคำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ อายุ ที่มาของรายได้ ลักษณะธุรกิจที่เคยประกอบ เป็นต้น ส่วนที่ 2 เป็นแนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ตัวอย่างแนวคำถาม เช่น “คุณคิดว่าความรู้ถึงความสามารถของตนเองทำให้เกิดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร” “บุคคลรอบข้างของคุณ เช่น ครอบครัว เพื่อน คนพิเศษมีส่วนที่ทำให้คุณมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร” “คุณคิดว่าสังคมและวัฒนธรรมไทยมีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของคุณหรือไม่ อย่างไร” เป็นต้น

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามวิธีสุ่มตัวอย่างและตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถาม ทำการตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามแต่ละชุด เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ครบถ้วน และความผิดพลาดจากค่าผิดปกติ (Outliers)

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเริ่มจากการทบทวนผู้ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์คัดเลือกเข้า (Inclusion criteria) ตัดข้อข้อสัมภาษณ์และนัดหมายเพื่อให้สัมภาษณ์ ก่อนเริ่มซักถามผู้วิจัยอธิบายให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบถึงจุดประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย การปกปิดข้อมูลเป็นความลับ ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสัมภาษณ์ เมื่อสัมภาษณ์ครบทุกประเด็นแล้วจึงให้ผู้ให้ข้อมูลหลักแนะนำบุคคลต่อไปที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยผู้วิจัยดำเนินการเช่นนี้ไปจนกว่าจะหมดประเด็นและเกิดการอิ่มตัวของข้อมูล (Data saturation)

#### การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย ดังนี้

1) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำข้อคำถามในแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตรวจสอบความเหมาะสม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำข้อคำถามทดสอบก่อนแจกจริง นำมาหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item discriminate power) พบว่า ข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบย่อยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.331-0.821 และหาค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบย่อยอยู่ระหว่าง 0.76-0.92 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Jump, 1978) แต่ละตัวชี้วัดของปัจจัยมีค่านำหน้าองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.38-0.57

2) การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์และคำนวณขนาดของอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัย ได้แก่ ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าฟังก์ชันความสอดคล้องมีค่าเป็นศูนย์ หากค่าไคสแควร์มีค่าเข้าใกล้ศูนย์มากเท่าใด แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้อง

กับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Joreskog, & Sorbom, 2012; Golob, 2003) การตรวจสอบค่าไคสแควร์พิจารณา 2 แนวทาง คือ 1) จำนวนเท่าของค่าสถิติไคสแควร์ต่อค่าองศาอิสระ ( $\chi^2/df$ ) หากค่าไคสแควร์มีค่าน้อยกว่า 3 เท่า ของค่าองศาอิสระ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ถือว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 2) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value) หากมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square of Approximation: RMSEA) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกถึงความไม่สอดคล้องของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากร (Browne, & Cudeck, 1993) แสดงว่าค่า RMSEA ที่น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีความกลมกลืนสนิท

#### ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (Denzin, & Lincoln, 2001) ด้านข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และต่างบุคคล (มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการสังเกต ด้านทฤษฎี โดยศึกษาข้อมูลจากหลายแหล่ง หลายแนวคิดทฤษฎี และด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์

2) การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล ทำในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การบันทึกและจัดระเบียบข้อมูลโดยการถอดเทปแบบคำต่อคำ (verbatim) กำหนดรหัสข้อมูล (coding) จัดกลุ่มข้อมูล (categorize) พิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ และตีความ (Interpret) บทสัมภาษณ์แบบบรรทัดต่อบรรทัด

### ผลการวิจัย

#### ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71) อายุตั้งแต่ 20-24 ปี (ร้อยละ 77.7) กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ ปวส (ร้อยละ 96.3) ส่วนรายได้หลักที่ไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมาจากพ่อแม่หรือญาติ (ร้อยละ 82.7)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น พบว่า อยู่ในขอบเขตที่ได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

1. ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถของตนเอง (PSE) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรประจักษ์ คือ การแก้ปัญหา (PS) และการใช้ความรู้ (UK) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.51-0.55 มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่า  $R^2$  มีค่าอยู่ระหว่าง 0.63-0.85 ซึ่งองค์ประกอบด้านการใช้ความรู้มีค่าสูงที่สุด

2. ตัวแปรแฝงการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม (PSS) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ บุคคลพิเศษ (SPS) ครอบครัว (FAS) และเพื่อน (FRS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.47-0.57 มีค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่า  $R^2$  มีค่าอยู่ระหว่าง 0.41-0.56 ซึ่งองค์ประกอบด้านเพื่อนมีค่าสูงที่สุด

3. ตัวแปรแฝงความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (EI) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ ความตั้งใจแน่วแน่ (DET) และความต้องการ (DES) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.41-0.47 มีค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่า  $R^2$  มีค่าอยู่ระหว่าง 0.35-0.38 ซึ่งองค์ประกอบด้านความตั้งใจแน่วแน่มีค่าสูงที่สุด

4. ตัวแปรแฝงวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม (CL) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ แบบรวมกลุ่มแนวนอน (HC) และแบบรวมกลุ่มแนวตั้ง (VC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.18-0.28 มีค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่า  $R^2$  มีค่าอยู่ระหว่าง 0.38-0.54 ซึ่งองค์ประกอบด้านการรวมกลุ่มแบบแนวนอนมีค่าสูงที่สุด

5. ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (EB) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ ความใฝ่รู้ (RL) ความกล้าที่จะเสี่ยง (RT) ความเชื่อในตนเอง (SB) ความมานะบากบั่น (DG) ความท้าทาย (CH) และความทันสมัย (SM) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน อยู่ระหว่าง 0.38-0.52 มีค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่า  $R^2$  มีค่าอยู่ระหว่าง 0.24-0.76 ซึ่งองค์ประกอบด้านความทันสมัยมีค่าสูงที่สุด



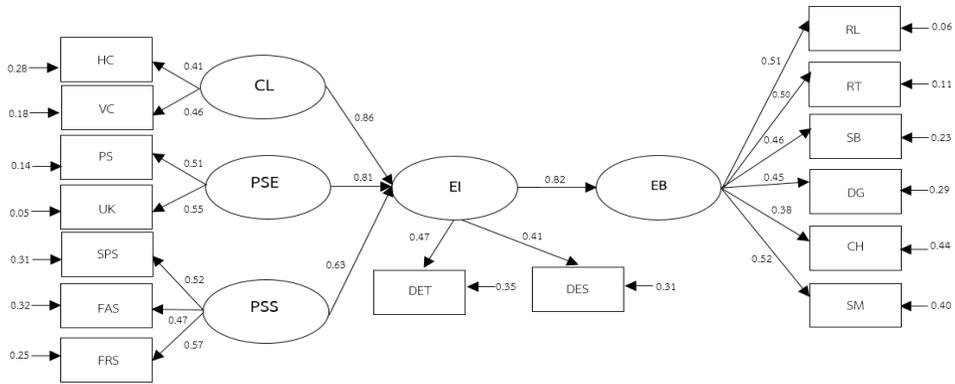
ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น	Mean	S.D.	Standardize		t	R <sup>2</sup>
			Factor Loading	Standardize Error		
<b>การรับรู้ความสามารถของตนเอง (PSE)</b>						
- การแก้ปัญหา (PS)	3.81	0.63	0.51	0.14	16.92	0.63
- การใช้ความรู้ (UK)	3.88	0.59	0.55	0.05	20.24	0.85
<b>การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม (PSS)</b>						
- การสนับสนุนจากบุคคลพิเศษ (SPS)	3.76	0.75	0.52	0.31	12.77	0.46
- การสนับสนุนจากครอบครัว (FAS)	4.11	0.73	0.47	0.32	11.97	0.41
- การสนับสนุนจากเพื่อน (FRS)	3.87	0.76	0.57	0.25	14.13	0.56
<b>ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (EI)</b>						
- ความตั้งใจแน่วแน่ (DET)	3.93	0.75	0.47	0.35	-	0.38
- ความต้องการ (DES)	3.93	0.69	0.41	0.31	19.58	0.35
<b>วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม (CL)</b>						
- แบบรวมกลุ่มแนวนอน (HC)	3.73	0.66	0.41	0.28	11.67	0.38
- แบบรวมกลุ่มแนวตั้ง (VC)	4.08	0.63	0.46	0.18	13.64	0.54
<b>พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (EB)</b>						
- ความใฝ่รู้ (RL)	4.06	0.58	0.51	0.06	-	0.76
- ความกล้าที่จะเสี่ยง (RT)	3.99	0.60	0.50	0.11	17.73	0.69
- ความเชื่อในตนเอง (SB)	4.20	0.66	0.46	0.23	13.72	0.47
- ความมานะบากบั่น (DG)	4.01	0.70	0.45	0.29	11.60	0.41
- ความท้าทาย (CH)	3.76	0.76	0.38	0.44	8.80	0.24
- ความทันสมัย (SM)	3.73	0.81	0.52	0.40	11.69	0.39

ผลการตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างพบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม (หลังปรับโมเดล)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
$\chi^2$	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	63.01	-
df	-	52	-
p-value	P>0.05	0.14	-
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.024	ผ่านเกณฑ์
$\chi^2/df$	$\chi^2/df < 2$	1.21	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.97	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.95	ผ่านเกณฑ์



ภาพที่ 2 แสดงผลการวิจัย (หลังปรับโมเดล)

สำหรับการศึกษานำหน้าของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม สามารถพิจารณาได้ตามตารางที่ 3 ตารางที่ 3 แสดงอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง ( $R^2$ ) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ			พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (PSE)	0.81	-	0.81	-	0.66	0.66
การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม (PSS)	0.63	-	0.63	-	0.51	0.51
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (EI)	-	-	-	0.82	-	0.82
วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม (CL)	0.86	-	0.86	-	0.70	0.70

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของโมเดล พบว่า ได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุด รองลงมาคือจากวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ตามลำดับ

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการวิจัยแบบผสมผสานวิธี พบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น สอดคล้องกันทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม และวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพคือความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ปัจจัยวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นในเชิงคุณภาพ ขณะที่ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แต่ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยมีให้นำปัจจัยดังกล่าวมาทดสอบนัยสำคัญทางสถิติตั้งแต่ต้น รายละเอียดเป็นไปตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (EI)	มีอิทธิพลทางตรงโดยรวมเท่ากับ 0.82 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	วัยรุ่นที่เป็นผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ เชื่อว่าบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการต้องมีความปรารถนาและความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประกอบอาชีพอิสระอย่างแท้จริง วัยรุ่นกล่าวตรงกันว่าความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นขั้นแรกในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ดังกล่าวที่ว่า “ก่อนที่จะเป็นผู้ประกอบการ เป็นเจ้านายตัวเอง ลงมือลงทุนทำธุรกิจอะไรก็ตาม ก็ย่อมต้องมีความตั้งใจก่อน ถ้าไม่มีความตั้งใจจะจับธุรกิจอะไรก็ลำบาก เพราะทำธุรกิจไม่มีอะไรได้มาแบบบังเอิญ”
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (PSE)	มีอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.66 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมผ่านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	วัยรุ่นรับรู้ว่าจะทำให้ตนมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการรู้จักตนเอง รู้ความสามารถของตนเอง หากวัยรุ่นมีความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถอย่างไร ก็จะตั้งใจเอาออกมาใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด เพราะการที่มีความรู้ความสามารถก็จะมีเชื่อมั่นในตนเอง มีความรู้สึกมั่นใจที่จะทำอะไรมากขึ้น ความรู้ความสามารถที่ไม่ได้มาจากการเรียนการศึกษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีมาจาประสบการณ์ ความสนใจ และพรสวรรค์ด้วย ดังกล่าว “ก่อนจะคิดจะทำธุรกิจอะไร เราก็ต้องรู้ตัวเองก่อนว่าเรามีความรู้ในสิ่งนั้นมั้ย เรานัดอะไร ชอบอะไร สนใจอะไร เรียนอะไรมา รู้อะไรมา คือเราต้องรู้จักตัวเองก่อน เชื่อในความรู้ความสามารถของตัวเองว่าเราทำได้”
การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม (PSS)	มีอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.51 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมผ่านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	วัยรุ่นที่เป็นผู้ประกอบการรับรู้ว่าการสนับสนุน ช่วยเหลือ ให้กำลังใจและคำแนะนำของบุคคลรอบข้างเป็นสิ่งสำคัญ เชื่อว่าการที่จะประกอบธุรกิจหรือทำสิ่งใดให้สำเร็จหากมีการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง โดยเฉพาะ ครอบครัว และเพื่อน ๆ ก็จะทำให้มีแรงผลักดัน มีกำลังใจ และมีความตั้งใจสูงขึ้น “ครอบครัวและเพื่อน ๆ สำคัญสำหรับหนูนะ ถือเป็นกำลังใจสำคัญที่ทำให้มีความมั่นใจ และมีกำลังใจทำในสิ่งที่อยากทำ เวลามีปัญหาที่ไม่ใช่ใครที่ไหน พ่อแม่พี่น้อง และเพื่อน ๆ นี้แหละ” นอกจากนี้วัยรุ่นบางคนก็ครอบครัวทำธุรกิจอยู่แล้ว ยังกล่าวตรงกันว่าตั้งแต่เด็กพวกเขาก็ได้ซึมซับความเป็นผู้ประกอบการจากพ่อแม่ ทำให้มีความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัว “พ่อแม่หนูขายของตั้งแต่หนูเด็ก ๆ การที่หนูทำธุรกิจได้ ก็มาจากพ่อแม่ของหนู” จุดนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นด้วย ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยมีได้นำปัจจัยนี้มาทดสอบอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการด้วยวิธีการทางสถิติ จึงถือเป็นข้อมูลใหม่ที่ได้จากวิธีเชิงคุณภาพ
วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม (CL)	มีอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.70 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมผ่านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.70 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	สังคมไทยมีวัฒนธรรมแบบครอบครัว ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ส่วนบุคคล มากกว่าความสัมพันธ์แบบทางการ การดำเนินชีวิตและการตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ ของวัยรุ่นไทยจะให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของครอบครัว เพื่อน และบุคคลรอบข้าง คำนี้ถึงสังคมรอบข้างค่อนข้างมาก ต้องการความมั่นใจ ชอบทำอะไรเป็นกลุ่มมากกว่าทำเองเพียงลำพัง ไม่ว่าจะอยู่ที่โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือแม้กระทั่งที่บ้าน นอกจากนี้วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ชอบทำตามสิ่งที่คนส่วนใหญ่เขาทำกัน เพื่อให้ได้การยอมรับ การมีตัวตน และเพื่อหลีกเลี่ยงการมีปัญหาคัดแย้งกับผู้อื่น ประกอบกับวัฒนธรรมไทยให้ความสำคัญกับระบบอาวุโส ระบบเครือญาติ ทำให้เมื่อวัยรุ่นไทยต้องการทำธุรกิจอะไร ต้องขอความคิดเห็นจากบุคคลรอบข้าง หรือร่วมกันทำกับบุคคลรอบข้าง เช่น พี่น้อง เพื่อนฝูง และมักจะทำตามผู้อื่น ดังที่กล่าวว่า “ถ้าพี่น้องหรือเพื่อนชวนร่วมกันทำธุรกิจอะไรสักอย่าง ประมาณว่าหุ้กัน ช่วยกันทำ ก็น่าสนใจมากกว่าทำเองเริ่มเองคนเดียว” จุดนี้แสดงให้เห็นว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณว่าวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น โดยทำให้เกิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

## สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นนั้นเกิดจากความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่เสนอโดย Ajzen (1988) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาเพิ่มเติมมาจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of reasoned action) ของ Fishbein, & Ajzen (1975) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ว่าพฤติกรรมของบุคคลมาจากความตั้งใจ หากบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม หากบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลในทางลบ จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้น (พิชามญชุ์ อุดลวิทย์, 2554) โดยความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทโดยตรงต่อการมีพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Krueger, Reilly, & Casrud (2000); Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013); Senay Sabah (2016) และ Ozaralli, & Rivenburgh (2016) และมีบทบาทในการส่งผ่านอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้การสนับสนุนจากสังคม และอิทธิพลของวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ซึ่งจากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพปรากฏว่าความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีองค์ประกอบย่อย 2 ด้าน ได้แก่ ความต้องการ และความตั้งใจแน่วแน่ โดยที่หากวัยรุ่นรับรู้ความสามารถของตนเองและรับรู้การสนับสนุนทางสังคมจากบุคคลรอบข้างจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้ผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบอย่างสอดคล้องตรงกันว่าวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม (Collectivism) เป็นตัวแปรแฝงภายนอกที่เข้ามามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ali, et al (2011); Siu, W. , & Lo, E.S. (2013); Yang, J. (2013) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริบทวัฒนธรรมแบบเอเชียรวมถึงประเทศไทยให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในสังคม และค่านึงถึงการตัดสินใจร่วมกันเป็นกลุ่มมากกว่าจะตัดสินใจเพียงคนเดียวมีอิทธิพลต่อการกำหนดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยค่อนข้างมาก โดยวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวนอน และวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวตั้ง จากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวตั้งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มแนวนอน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของสังคมและวัฒนธรรมไทยที่ให้ความสำคัญกับลำดับความอาวุโสและความสัมพันธ์ของเครือญาติ เด็กถูกสั่งสอนให้เชื่อฟังและปฏิบัติตามผู้ใหญ่ ดังนั้น พ่อแม่ ครูอาจารย์ ตลอดจนรุ่นพี่ในสถาบันการศึกษา จึงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมาก

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรแฝงภายนอกด้านการรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย การสนับสนุนจากบุคคลพิเศษ การสนับสนุนจากเพื่อน และการสนับสนุนจากครอบครัว ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบว่า วัยรุ่นรับรู้การสนับสนุนจากเพื่อนมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Afsaneh Bagheri, & Zaidatol Akmaliah Lope Pihie (2014) พบว่า เพื่อนเป็นหนึ่งในสภาพแวดล้อมที่ใกล้ชิดกับนักเรียนนักศึกษาและมีส่วนสำคัญยิ่งในการกำหนดความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ด้วยเพราะวัยรุ่นเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อ เป็นวัยที่เด็กเริ่มมีสังคมภายนอกมีการคบเพื่อน มีพฤติกรรมทำตามหรือเลียนแบบเพื่อน ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นจึงได้รับอิทธิพลมาจากการสนับสนุนของเพื่อนเป็นอย่างมาก

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การพัฒนาวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ของสังคมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้มีพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสนับสนุนความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยการพัฒนาความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจให้วัยรุ่น ปลูกฝังความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และการนำ

ความรู้ที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ พร้อมๆ กับการสนับสนุนทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้การสนับสนุนโดยครอบครัว และเพื่อน ๆ เช่น การให้คำปรึกษา การช่วยเหลือเกื้อกูล การรับฟังปัญหา ตลอดจนการให้กำลังใจ ประกอบกับการนำเอาวัฒนธรรมไทยที่ให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล การอยู่ร่วมกัน มาเป็นพลังที่สำคัญในการผลักดันให้วัยรุ่นไทยเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัยรุ่น ได้แก่ ครอบครัว และสถาบันการศึกษา ควรที่จะส่งเสริมให้วัยรุ่นรู้จักตนเอง เข้าใจตนเอง รู้ว่าตนเองมีความรู้ความสามารถในด้านใด ถนัดด้านใด มีความรักและสนใจเรื่องอะไร มีจุดแข็งจุดอ่อนอย่างไร การที่วัยรุ่นรับรู้ความสามารถของตนเองทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเองว่ามีความสามารถ มีคุณค่า เกิดความคาดหวัง และทำให้เกิดความเชื่อว่าตนเองจะสามารถประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตั้งใจได้ บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัยรุ่นดังกล่าวจึงต้องเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมและจิตใจให้วัยรุ่นมองโลกในแง่ดี คิดบวก ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และมีความกล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจอย่างถูกต้อง ตามหลักการของ Bandura (1977) วัยรุ่นสามารถส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองได้ 4 วิธี คือ 1) การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่สำเร็จ (Mastery experience) โดยการฝึกฝนให้วัยรุ่นมีความรู้และประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่เพียงพอที่จะประสบความสำเร็จ หากวัยรุ่นทำสิ่งใดสำเร็จแล้วจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความมั่นใจในความสามารถของตนเองเนื่องจากเป็นประสบการณ์จากการประกอบการโดยตรง 2) การเรียนรู้จากต้นแบบ (Modelling) โดยการสนับสนุนให้วัยรุ่นได้เรียนรู้ประสบการณ์จากผู้อื่นที่ประสบความสำเร็จ หากบุคคลต้นแบบให้วัยรุ่นได้ยึดเป็นแบบอย่างที่ดีของพฤติกรรมและสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจให้เกิดขึ้น 3) การใช้คำพูดชักจูง (Verbal persuasion) โดยการชักจูง ให้กำลังใจ กระตุ้น หนุนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากบุคคลใกล้ชิดและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของพวกเขา 4) สภาวะทางกายและอารมณ์ (Physical and affective state) โดยการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ทางบวก เช่น การชมเชย การให้รางวัลเพื่อสร้างกำลังใจ ลดความวิตกกังวล ความประหม่า หลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เกิดอารมณ์เชิงลบ เช่น การดุด่า การตำหนิ การเยาะเย้ย หรือการลงโทษ ซึ่งจะช่วยให้วัยรุ่นมีการรับรู้ความสามารถของตนเองลดลง

3. การใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมเอเชีย รวมถึงประเทศไทย เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่และการใช้ชีวิตร่วมกัน การช่วยเหลือ พึ่งพาค้ำค้ำกัน มาเป็นแรงสนับสนุนให้วัยรุ่นมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือกันในการทำธุรกิจ การสร้างกลุ่ม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในการให้ความช่วยเหลือ แบ่งปันข้อมูล ความคิดเห็น และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจซึ่งกันและกัน ซึ่งจะช่วยให้วัยรุ่นเกิดความมั่นใจและสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นมาได้

4. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษาทุกระดับควรร่วมมือกันในการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เช่น การส่งเสริมและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การจัดทำหลักสูตรการศึกษาที่มุ่งสร้างผู้ประกอบการ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างให้เยาวชนไทยหันมาตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเอง การรับรู้การสนับสนุนทางสังคม ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่น ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Hofstede เพียงมิติเดียว อย่างไรก็ตามยังคงมีบริบทความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ยังมีได้ศึกษา เช่น มิติถึงการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง มิติเรื่องการเน้นความสัมพันธ์ ตลอดจนมิติเรื่องอำนาจ ซึ่งประเด็นเหล่านี้อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของคนในสังคมไทย ผู้วิจัยเห็นว่าการวิจัยในอนาคตต่อไปควรมีการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าว เพื่อนำมาประกอบวางแผนกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมของไทย ซึ่งจะทำงานวิจัยให้มีประโยชน์และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นอีกในอนาคต

#### เอกสารอ้างอิง

พิชามญช์ อุดลวิทย์. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 256-260.

- มณฑกานต์ เมฆธา. (2546). ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กรการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เยาวลักษณ์ เกลือบมาศ. (2551). ความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ฟาร์อีสเทอร์น*, 1(2), 45-51.
- วิทยาการ เชียงกูล. (2542). รายงานสภาวะการศึกษาไทย ปี 2541 วิฤตและโอกาสในการปฏิรูปการศึกษาและสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ศักดิ์พล เจือศรีกุล. (2560). ผู้ประกอบการไทยกับเศรษฐกิจไทยปี 2560. จาก <https://m.posttoday.com/social/think/477397>.
- ศิริพร ยาวิชัย. (2552). ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ปัญหาพิเศษ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). อัตราการว่างงาน. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries04.html>.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโต ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อำนาจ ธีระวานิช. (2549). ผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Afsaneh Bagheri and Zaidatol Akmaliah Lope Pihie (2014). *The Factors Shaping Entrepreneurial Intentions*. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey Press.
- \_\_\_\_\_ (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks*. In: Sexton, D., & Smilor, R. (eds.) *the Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Ali, I., Yilmaz, A.K., Ali, J.K., Afzal, H. (2011). Effects of National Culture on Entrepreneurial Intentions. *Elixir Management*, 39, 4622-4626.
- Aloulou, W. J. (2016). Predicting Entrepreneurial Intentions of Final Year Saudi University Business Students by Applying the Theory of Planned Behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23, 1142-1164.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Freeman, New York, NY.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J.R. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- Barrera, M. (1981). *Social Support in the adjustment of pregnant adolescent: Assessment Issues*. London: Sage.
- Begley, T., & Boyd, D. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case of intentions. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-54.
- Boyd, N. G. and Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 64-77.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit*. In: K. A. Bollen, & J. S. Long (Eds.). *Testing structural equation models*. Beverly Hills CA: Sage.
- Buck, Carol. (1982). *Determinants of Health: People situation and social system*. Psychosocial Factors Effecting Health. New York: Praeger Publisher.
- Caird, Sally. (2013). *General measure of Enterprising Tendency test*. Retrieved from, [www.get2test.net](http://www.get2test.net).
- Caplan, G. (1974). *Support systems and community mental health*. New York: Behavioral Publication.
- Carmen Guzmán-Alfonso, Joaquín Guzmán-Cuevas. (2012). Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management*, 25(5), 721-735.

- Carsrud, A. L., & Johnson, R. W. (1989). Entrepreneurship: A social psychological perspective. *Economic, & Regional Development, 1*, 21-31.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G. and Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing, 18*(1), 13-40.
- Chen, C. C., Greene, P. G. and Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing, 13*(4), 295-316.
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine, 38*, 300-314.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Denzin N., & Lincoln, Y. (2001). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dess, Gregory G., Lumpkin G.T. and Taylor Marilyn L. (2005). *Strategic management: Creating competitive advantage. (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Frederic Delmar. (1996). *Entrepreneurial Behavior and Business Performance*. Dissertation for the Doctor's Degree in Philosophy, Stockholm School of Economics.
- Gartner (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business, 12*(4), 11-32.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. Upper Saddle River NJ: Pearson Education International.
- Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the Mind, Revised and expanded (2nd edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hosseini, S. M., & Shiri, N. (2010). Environmental factors that influence agricultural majors' students' entrepreneurial intentions, Ilam University. *Journal of Entrepreneurship Development, 4*(2), 829-897.
- Jacobson, D.E. (1986). Types and timing of social support. *Journal of Health and Social Behavior, 27*(6), 250-264.
- Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (2012). *LISREL 9.1: LISREL syntax guide*. Chicago: Scientific Software International.
- Jump, N. (1978). *Psychometric Theory (2nd. Ed.)*, New York: McGraw Hill.
- Kahn, R. (1979). Aging and social support. In M.W. Riley (Ed.), *Aging from birth to death: Interdisciplinary perspectives* (pp. 189-199). Denver, CO: Westview Press
- Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). *Properties of Emerging Organizations, 13*(3), 429-441.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M. and Tornikoski, E.T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics, 45*(6), 697-707.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.
- Krueger, N., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5-6), 411-432.
- Liñán, F. and Chen, Yi-Wen. (2006). *Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample*. Barcelona: Departament d'Economia de l'Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona (Working Paper no. 06/ 7).
- McClelland, D. (1961). *Achieving Society*. Princeton, NJ: D. Von Nostrand.
- Middleton, Williams K. (2010). *Developing entrepreneurial behavior: Facilitating nascent entrepreneurship at the university*, Doctoral Thesis, Chalmers University of Technology, Gothenburg

- Mwiya, B., Wang, Y., Shikaputo, C., Kaulungombe, B. and Kayekesi, M. (2017). Predicting the Entrepreneurial Intentions of University Students: Applying the Theory of Planned Behaviour in Zambia, Africa. *Open Journal of Business and Management*, 5, 592-610.
- Ozaralli, N., and Rivenburgh, K. N. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), Springer, 1-32.
- Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in achievement settings. *Review of Educational Research*, 66, 543-578.
- Pajares, F., & Urdan, T. (2006). *Self-efficacy beliefs of adolescents*. Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Palma, Patricia, & Cunha, Miguel, & Lopes, Miguel. (2009). Entrepreneurial Behavior. *PsycCritiques*, 8, 338-342.
- Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., & Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour, & Research*, 15, 571-594.
- Roy, R., Akhtar, F. and Das, N. (2017). Entrepreneurial Intention among Science, & Technology Students in India: Extending the Theory of Planned Behavior. *International Entrepreneurship and Management*, 13, 1-29.
- Sahban, Muhammad, & Sri Ramalu, Subramaniam. (2016). The Influence of Social Support on Entrepreneurial Inclination among Business Students in Indonesia. *Information Management and Business Review*, 8, 32-46.
- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). *Generalized Self-Efficacy scale*. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs (pp. 35-37). Windsor, England: NFER-NELSON.
- Senay Sabah (2016). *Entrepreneurial Intention: Theory of Planned Behaviour and the Moderation Effect of Start-Up Experience*, In *Entrepreneurship - Practice-Oriented Perspectives*, Dr. Mario Franco (Ed.), InTech, DOI: 10.5772/65640, 87-101.
- Shiri, N., Mohammadi, D., & Hosseini, S. M. (2012). Entrepreneurial intention of agricultural students: Effects of role model, social support, social norms and perceived desirability. *Archives of Applied Science Research*, 4(2), 892-897.
- Siu, W. and Lo, E. S. (2013). Cultural Contingency in the Cognitive Model of Entrepreneurial Intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 147-173.
- Susilawati, I. R., (2013). *Analysis factors affecting the entrepreneurial intention of college students with non-entrepreneur parents*. International Conference of Economic, Education and Psychology Sciences (ICEEPS), Beijing, 14-16 June 2013.
- T.F. Golob. (2003). Review Structural equation modeling for travel behavior research. *Transportation Research Part B*, 37, 1-25.
- Triandis, H. C., & Gelfland, M. J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 118-128.
- Yang, J. (2013). The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention among Chinese Undergraduates. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41, 367-376.
- Yun Chen, Yuanqiong He. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention: An empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3(2), 147-158.
- Zimet GD, Dahlem NW, Zimet SG, Farley GK. The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment* 1988, 52, 30-41.