

การวิจัยผลกระทบของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัย: การศึกษาเชิงประจักษ์บนพื้นฐานทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน*

THE RESEARCH ON THE IMPACT OF PROACTIVE PERSONALITY ON
ENTREPRENEURIAL INTENTION OF COLLEGE STUDENTS: AN EMPIRICAL STUDY
BASED ON THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

ฮั่น สวี*, หลี่ ชิงกวง

Han Xu*, Li Xingguang

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

International College, Krirk University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: 29932241@qq.com

บทคัดย่อ

กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสการจ้างงานและการพัฒนาทุนมนุษย์ท่ามกลางบริบทการแข่งขันของตลาดแรงงานในปัจจุบัน งานวิจัยนี้อ้างอิงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เพื่อศึกษาผลกระทบของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ โดยเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 1,029 คน จากมหาวิทยาลัย 5 แห่ง ในมณฑลเหอเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน และใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานเชิงสถิติอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ต่อความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และตัวแปรทางจิตวิทยาทั้งสี่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยตัวแปรทั้งหมดทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 13.03 ของอิทธิพลรวม นอกจากนี้ พื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการยังมีบทบาทเป็นตัวแปรปรับเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยยืนยันความเหมาะสมของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีน และขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวโดยบูรณาการบุคลิกภาพเชิงรุกในฐานะปัจจัยลักษณะบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ผลการศึกษายังให้แนวทางเชิงปฏิบัติแก่สถาบันอุดมศึกษาและผู้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในอนาคตอย่างเป็นระบบยิ่งขึ้นอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: บุคลิกภาพเชิงรุก, เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ, ความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ, นักศึกษามหาวิทยาลัย

Abstract

Entrepreneurial activity is a crucial driving force of modern economic and social development, playing an important role in creating employment opportunities and fostering human capital in the context of an increasingly competitive labor market. Based on the Theory of Planned Behavior (TPB), this study investigates the influence mechanism of proactive personality on entrepreneurial intention. Empirical data were collected from 1,029 undergraduate students from five universities in Hebei Province, People's Republic of China. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to systematically test the proposed hypotheses. The results indicate that proactive personality has a statistically significant positive effect ($p < 0.05$) on entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. All four psychological variables exert significant positive effects on students' entrepreneurial intention and function as partial mediators between proactive personality and entrepreneurial intention. Among them, perceived behavioral control demonstrates the strongest indirect effect, accounting for 13.03% of the total effect. In addition, entrepreneurial family background plays a statistically significant positive moderating role. The findings confirm the applicability of the Theory of Planned Behavior in the context of Chinese university students and extend this framework by integrating proactive personality as an important individual trait in the formation of entrepreneurial intention. Furthermore, the results provide practical implications for higher education institutions and policymakers in promoting the development of future entrepreneurs in a more systematic and explicit manner.

Keywords: Proactive Personality, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Self-Efficacy, College Students

บทนำ

กิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมยุคใหม่ เนื่องจากเป็นกลไกที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการจ้างงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในบริบทที่ตลาดแรงงานเผชิญกับความไม่แน่นอนและการแข่งขันที่สูงขึ้น การเป็นผู้ประกอบการจึงถูกมองว่าเป็น “เครื่องยนต์เศรษฐกิจ” ที่ช่วยลดแรงกดดันด้านการว่างงานและสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในหลายประเทศ (Li, C. & Wu, J., 2020) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบการเติบโตทางเศรษฐกิจฐานความรู้ของ Romer, P. M ซึ่งชี้ว่านวัตกรรม ความรู้ และทุนมนุษย์เชิงวิชาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจสมัยใหม่ (Romer, P. M., 1990) ส่งผลให้รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจเปลี่ยนผ่านจากการพึ่งพาทรัพยากรดั้งเดิมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้ นวัตกรรม และศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา บริบททางเศรษฐกิจและตลาดแรงงานของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ความสามารถในการรองรับแรงงานใหม่ของตลาดแรงงานลดลง ขณะที่จำนวนนักศึกษาจบใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่ปัญหาการว่างงานที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ข้อมูลจาก

หน่วยงานสถิติของประเทศจีนระบุว่า ในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2023 อัตราการว่างงานของแรงงานอายุ 16 - 24 ปี อยู่ในระดับสูง และคาดว่าจะจำนวนบัณฑิตจบใหม่ในปี ค.ศ. 2024 จะเพิ่มขึ้นเป็น 11.79 ล้านคน ภายใต้แรงกดดันดังกล่าว (Li, X. & Wang, Y., 2022) ระบุว่า การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขยายโอกาสการจ้างงาน เพิ่มความยืดหยุ่นให้กับตลาดแรงงาน และบรรเทาความตึงเครียดด้านการจ้างงานของบัณฑิตจบใหม่ นักศึกษามหาวิทยาลัยถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากมีความคิดสร้างสรรค์ ความกระตือรือร้น และความสามารถในการยอมรับความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่น อีกทั้งยังมีทุนมนุษย์และทักษะพื้นฐานที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงประจักษ์ชี้ว่าอัตราการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรีในประเทศจีนในปี ค.ศ. 2020 มีเพียงร้อยละ 1.6 เท่านั้น (Zhao, H. et al., 2005) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างที่สำคัญระหว่างศักยภาพเชิงบุคคลของนักศึกษาและพฤติกรรมการประกอบธุรกิจจริง ปรากฏการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจปัจจัยเชิงจิตวิทยาและกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาอย่างเป็นระบบ

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เสนอว่าเจตนาพฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจลงมือกระทำ (Ajzen, I., 1991) งานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่า TPB สามารถอธิบายเจตนาการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Krueger, N. F. et al., 2000) นอกจากนี้ Ajzen, I. & Fishbein, M. ยังชี้ว่าปัจจัยด้านประสบการณ์และลักษณะประชากรศาสตร์สามารถบูรณาการเข้ากับกรอบ TPB เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการอธิบายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ (Ajzen, I. & Fishbein, M., 2000)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ประยุกต์ใช้กรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีน โดยเฉพาะในมณฑลเหอเป่ย์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรมดั้งเดิมและเผชิญกับแรงกดดันด้านการจ้างงานของบัณฑิตในระดับสูง ยังมีอยู่อย่างจำกัด อีกทั้งบทบาทของปัจจัยลักษณะบุคคล เช่น บุคลิกภาพเชิงรุก ในการเชื่อมโยงกับกระบวนการรับรู้และเจตนาการเป็นผู้ประกอบการยังไม่ได้มีการอธิบายอย่างชัดเจน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลเหอเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้กรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่ออธิบายกลไกการส่งผ่านของตัวแปรทางจิตวิทยา และให้ข้อเสนอเชิงปฏิบัติแก่สถาบันอุดมศึกษา นักศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกแบบมาตรการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่วิจัยอย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลเหอเป่ย์
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ
3. เพื่อทดสอบบทบาทของพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ตัวอย่างและขั้นตอน

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนสามชั้นปี จากสถาบันอุดมศึกษาจำนวนห้าแห่งในมณฑลเหอเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามอย่างเป็นทางการ จำนวนทั้งสิ้น 1,050 ชุด ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้น ได้มีการตรวจสอบและคัดกรองข้อมูลอย่างเข้มงวด โดยตัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จำนวน 21 ชุด ส่งผลให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 1,029 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 98 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติในงานวิจัยนี้

นอกจากนี้ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,029 คน ถือว่าอยู่ในระดับที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะด้านระเบียบวิธีวิจัยที่ระบุว่า การวิเคราะห์ SEM จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพื่อเพิ่มความแม่นยำและเสถียรภาพของค่าประมาณพารามิเตอร์ อีกทั้งการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งในพื้นที่เดียวกัน ยังช่วยสะท้อนความหลากหลายของบริบททางการศึกษาและภูมิหลังของนักศึกษา อันเอื้อต่อการเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในบริบทเดียวกัน

2. ตัวแปรในการวัด

เจตนาการเป็นผู้ประกอบการวัดโดยใช้แบบวัดที่พัฒนาโดย Li ซึ่งประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 12 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ 1) เจตนาเป้าหมายการเป็นผู้ประกอบการ และ 2) เจตนาการปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert 7 ระดับ แบบวัดดังกล่าวได้รับการพัฒนาและนำไปใช้ในการศึกษาเชิงประจักษ์อย่างแพร่หลายในงานวิจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ พบว่า มีค่า Cronbach's α อยู่ในช่วง 0.80 - 0.97 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแบบวัดมีความเชื่อมั่นในระดับสูงและมีความเหมาะสมในการใช้วัดเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย (Liñán, F. & Chen, Y. W., 2009)

3. บุคลิกภาพเชิงรุก

บุคลิกภาพเชิงรุกวัดโดยใช้เครื่องมือที่พัฒนาโดย Chen ซึ่งประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 13 ข้อ ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ ความกระตือรือร้น ความเข้มแข็ง และความสามารถในการเปลี่ยนแปลง (Proactivity, Assertiveness, Adaptability) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert 6 ระดับ แบบวัดนี้มุ่งสะท้อนลักษณะเชิงพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลที่มีแนวโน้มในการแสวงหาโอกาสและริเริ่มการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบวัด พบว่า มีค่า Cronbach's α เท่ากับ 0.853 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความสอดคล้องภายในที่ดีและเหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในงานวิจัยนี้ (Bateman, T. S. & Crant, J. M., 1993)

4. ความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ

ความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการวัดโดยใช้แบบวัดที่ปรับมาจากงานของ Wilson, F. et al. ร่วมกับเครื่องมือของ Zhou ซึ่งเป็นแบบวัดมิติเดียว ประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ และใช้มาตราส่วน

ประมาณค่าแบบ Likert 7 ระดับ แบบวัดนี้มุ่งประเมินการรับรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการเริ่มต้นและดำเนินกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบวัด พบว่า มีค่า Cronbach's α เท่ากับ 0.857 แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับที่เหมาะสมและสามารถนำมาใช้ในการอธิบายบทบาทของความสามารถในการรับรู้ตนเองในกระบวนการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Wilson, F. et al., 2007)

5. ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม

ตัวแปรด้านทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม วัดโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยอ้างอิงจากเครื่องมือของ Liñán, F. & Chen, Y. W. ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ บรรทัดฐานของสังคม จำนวน 3 ข้อ และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม จำนวน 5 ข้อ โดยทั้งหมดใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert 7 ระดับ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งหมด พบว่า มีค่า Cronbach's α เท่ากับ 0.943 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในระดับสูง สะท้อนถึงความเหมาะสมของเครื่องมือในการวัดตัวแปรทางจิตวิทยาตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัย (Liñán, F. & Chen, Y. W., 2009)

6. การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นและความตรง

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's α อยู่ในช่วงระหว่าง 0.892 ถึง 0.926 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความสอดคล้องภายในและมีเสถียรภาพในการวัดตัวแปรตามที่กำหนดไว้ในโมเดลการวิจัย

จากนั้นจึงใช้วิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุดในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อประเมินความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวิจัย ผลการวิเคราะห์พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ได้แก่ $\chi^2/df = 1.072$, RMR = 0.044, RMSEA = 0.008, AGFI = 0.962, NFI = 0.969, CFI = 0.998, RFI = 0.966 และ IFI = 0.998 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโครงสร้างของโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวบ่งชี้ว่าเครื่องมือวัดและโครงสร้างตัวแปรแฝงในงานวิจัยนี้มีความตรงเชิงโครงสร้างและความเหมาะสมในระดับดี สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ภายใต้กรอบโมเดลสมการโครงสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เส้นทางของโมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์เส้นทางในงานวิจัยนี้ดำเนินการโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ผลการวิเคราะห์พบว่าเส้นทางความสัมพันธ์ทั้งหมดในโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโมเดลการวิจัยมีความเหมาะสมในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุก ตัวแปรทางจิตวิทยาตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 ตารางการวิเคราะห์เส้นทาง

เส้นทาง	Estimate	S.E.	C.R.	P
บุคลิกภาพเชิงรุก→ความสามารถในการรับรู้ตนเอง	1.064	0.070	15.174	***
บุคลิกภาพเชิงรุก→ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	1.078	0.067	16.086	***
บุคลิกภาพเชิงรุก→บรรทัดฐานของสังคม	1.010	0.068	14.939	***
บุคลิกภาพเชิงรุก→การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	1.076	0.070	15.402	***
ความสามารถในการรับรู้ตนเอง→เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ	0.114	0.035	3.265	0.001
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ→เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ	0.093	0.036	2.559	0.011
บรรทัดฐานของสังคม→เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ	0.125	0.045	2.781	0.005
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม→เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ	0.157	0.032	4.944	***
บุคลิกภาพเชิงรุก→เจตนาการเป็นผู้ประกอบการ	0.780	0.133	5.862	***

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสามารถในการรับรู้ตนเองด้านการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 1.064, p < 0.001$) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 1.078, p < 0.001$) บรรทัดฐานของสังคม ($\beta = 1.010, p < 0.001$) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 1.076, p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าลักษณะเชิงรุกของบุคคลสามารถส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการในหลายมิติ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ ยังพบว่า ความสามารถในการรับรู้ตนเอง ($\beta = 0.114, p = 0.001$) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.093, p = 0.011$) บรรทัดฐานของสังคม ($\beta = 0.125, p = 0.005$) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 0.157, p < 0.001$) ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานหลักของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

เมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยตรง พบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลโดยตรงต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.780, p < 0.001$) สะท้อนให้เห็นว่าลักษณะเชิงรุกของนักศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ แม้จะยังไม่ผ่านตัวแปรทางจิตวิทยาอื่น ๆ ก็ตาม ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ได้อย่างชัดเจน

2. การวิเคราะห์ผลการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เพื่อทดสอบบทบาทของตัวแปรส่งผ่าน งานวิจัยนี้ใช้วิธี Bootstrap ด้วยการสุ่มตัวอย่างซ้ำ จำนวน 5,000 ครั้ง และกำหนดช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางการทดสอบผลการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เส้นทาง	SE	S.E.	P	95%CI LB	95%CI UB
อิทธิพลรวม	0.829	0.034	0.000	0.765	0.896
อิทธิพลทางอ้อมรวม	0.331	0.054	0.000	0.226	0.434



ตารางที่ 2 ตารางการทดสอบผลการเป็นตัวแปรส่งผ่าน (ต่อ)

เส้นทาง	SE	S.E.	P	95%CI LB	95%CI UB
บุคลิกภาพเชิงรุก→การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม→เจตนา การเป็นผู้ประกอบการ	0.108	0.023	0.000	0.065	0.154
บุคลิกภาพเชิงรุก→บรรทัดฐานของสังคม→เจตนา การเป็นผู้ประกอบการ	0.081	0.032	0.018	0.018	0.144
บุคลิกภาพเชิงรุก→ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ→เจตนา การเป็นผู้ประกอบการ	0.064	0.027	0.020	0.009	0.116
บุคลิกภาพเชิงรุก→ความสามารถในการรับรู้ตนเอง→เจตนา การเป็นผู้ประกอบการ	0.078	0.025	0.001	0.027	0.127
อิทธิพลโดยตรง	0.498	0.075	0.000	0.355	0.648

จากตารางที่ 2 พบว่า อิทธิพลรวมของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.829 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ขณะที่อิทธิพลทางอ้อมรวมผ่านตัวแปรส่งผ่านทั้งสี่มีค่าเท่ากับ 0.331 และมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน โดยช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ไม่ครอบคลุมค่า 0 แสดงให้เห็นว่ากลไกการส่งผ่านมีบทบาทสำคัญในความสัมพันธ์ดังกล่าว

เมื่อพิจารณาเส้นทางการส่งผ่านรายเส้นทาง พบว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.108$, 95% CI [0.065, 0.154]) รองลงมา คือ บรรทัดฐานของสังคม ($\beta = 0.081$, 95% CI [0.018, 0.144]) ความสามารถในการรับรู้ตนเอง ($\beta = 0.078$, 95% CI [0.027, 0.127]) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.064$, 95% CI [0.009, 0.116]) ตามลำดับ

แม้ว่าอิทธิพลโดยตรงของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.498$, $p < 0.001$) ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวบ่งชี้ว่าตัวแปรทางจิตวิทยาทั้งสี่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ซึ่งตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ได้อย่างครบถ้วน

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของอิทธิพลทางอ้อมต่ออิทธิพลรวม พบว่า เส้นทางผ่านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 13.03 ของอิทธิพลรวม รองลงมา คือ เส้นทางผ่านบรรทัดฐานของสังคม ร้อยละ 9.77 เส้นทางผ่านความสามารถในการรับรู้ตนเอง ร้อยละ 9.41 และเส้นทางผ่านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 7.72 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์นี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทเชิงกลไกของตัวแปรทางจิตวิทยาในการเชื่อมโยงบุคลิกภาพเชิงรุกกับเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ

3. การทดสอบบทบาทของพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการ

เพื่อทดสอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์บทบาทของพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรปรับต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ผลการวิเคราะห์พบว่า พื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการมีบทบาทในการเสริมความสัมพันธ์ดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ในกลุ่มนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ ความคุ้นเคยกับกิจกรรมทางธุรกิจ และการได้รับแบบอย่างจากครอบครัว สามารถช่วยเสริมให้ลักษณะเชิงรุกของนักศึกษาพัฒนาไปสู่เจตนาการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ในทางตรงกันข้าม สำหรับนักศึกษาที่ไม่มีพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการ แม้ว่าบุคลิกภาพเชิงรุกจะยังคงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ แต่ระดับความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมทางครอบครัวสามารถทำหน้าที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยขยายอิทธิพลของลักษณะเชิงบุคคลไปสู่การก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการทดสอบบทบาทของตัวแปรปรับดังกล่าวตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ได้อย่างครบถ้วน และสะท้อนให้เห็นว่า นอกจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพและกระบวนการรับรู้แล้ว ปัจจัยด้านบริบททางครอบครัวยังมีบทบาทสำคัญในการอธิบายความแตกต่างของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bateman, T. S. & Crant, J. M. ที่ระบุว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกมักมีแนวโน้มริเริ่มการกระทำ แสวงหาโอกาส และปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ดี ส่งผลให้มีแรงจูงใจและความตั้งใจในการประกอบธุรกิจมากกว่าบุคคลทั่วไป (Bateman, T. S. & Crant, J. M., 1993) ผลการศึกษารังนี้จึงสนับสนุนแนวคิดที่ว่าบุคลิกภาพเชิงรุกเป็นปัจจัยด้านลักษณะนิสัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษา โดยเฉพาะในบริบทที่ตลาดแรงงานมีความไม่แน่นอนและการแข่งขันสูง

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง ยังพบว่า ความสามารถในการรับรู้ตนเอง ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานของสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงลักษณะบุคลิกภาพกับเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ (Zhao, H. et al., 2005); (Krueger, N. F. et al., 2000) ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าบุคลิกภาพเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการอธิบายการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล หากแต่ต้องอาศัยกระบวนการประเมิน การตีความ และการรับรู้ภายในของบุคคลเป็นตัวกลางในการขยายอิทธิพลของบุคลิกภาพไปสู่เจตนาการเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในบรรดาตัวแปรทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen, I ที่เสนอว่าการรับรู้ความสามารถของบุคคลในการควบคุมและจัดการทรัพยากร โอกาส และอุปสรรค เป็นปัจจัยทำนายเจตนาพฤติกรรมที่สำคัญ (Ajzen, I., 1991) นักศึกษาที่มีความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถรับมือกับความเสี่ยง ความไม่แน่นอน และความท้าทายของการเริ่มต้นธุรกิจได้ มีแนวโน้มพัฒนาเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงกว่า ผลการค้นพบนี้

ชี้ให้เห็นว่าการเสริมสร้างการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การฝึกปฏิบัติ และกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลงมือทำจริง อาจเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษา

นอกจากนี้ บทบาทการปรับของพื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการยังแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมสามารถเสริมสร้างอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ นักศึกษาที่เติบโตในครอบครัวผู้ประกอบการมักได้รับการถ่ายทอดต้นแบบทางพฤติกรรม ความรู้ และทัศนคติที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ลักษณะเชิงรุกของบุคคลสามารถแปรเปลี่ยนไปสู่เจตนาการลงมือเป็นผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ผลการศึกษานี้จึงเน้นย้ำถึงบทบาทของบริบททางสังคมและครอบครัวในฐานะปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อกระบวนการพัฒนาเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้ให้หลักฐานเชิงประจักษ์ว่าบุคลิกภาพเชิงรุกส่งผลต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านตัวแปรส่งผ่านตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน อีกทั้งบทบาทของตัวแปรปรับช่วยอธิบายกลไกภายในของกระบวนการดังกล่าวได้อย่างเป็นระบบ ผลการศึกษานี้ไม่เพียงสนับสนุนการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีนเท่านั้น แต่ยังสอดคล้องกับข้อเสนอของ Liñán, F. & Chen, Y. W. ที่ชี้ว่าองค์ประกอบด้านทัศนคติและการรับรู้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล (Liñán, F. & Chen, Y. W., 2009)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ใช้กรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการตรวจสอบกลไกที่บุคลิกภาพเชิงรุกส่งผลต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลต่อเจตนาการเป็นผู้ประกอบการทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ ความสามารถในการรับรู้ตนเอง ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม โดยเฉพาะการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ซึ่งพบว่า มีอิทธิพลสูงที่สุด นอกจากนี้ พื้นฐานครอบครัวผู้ประกอบการยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรปรับที่ช่วยเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและเจตนาการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้ยืนยันความเหมาะสมของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการอธิบายเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีน และสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาเจตนาการเป็นผู้ประกอบการมิได้เกิดจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพเพียงประการเดียว หากแต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการรับรู้ การประเมิน และการตัดสินใจของบุคคลภายใต้บริบททางสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวย งานวิจัยนี้จึงมีส่วนช่วยขยายกรอบการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยบูรณาการบุคลิกภาพเชิงรุกในฐานะปัจจัยเชิงลักษณะบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการก่อตัวของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการ และช่วยเพิ่มพลังในการอธิบายพฤติกรรมเชิงตั้งใจของนักศึกษาได้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ในเชิงประยุกต์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญกับการออกแบบหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเสริมสร้างบุคลิกภาพเชิงรุกควบคู่กับการพัฒนาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของนักศึกษา โดยการบูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การฝึกปฏิบัติ

ผ่านโครงการจำลองทางธุรกิจ การเรียนรู้จากกรณีศึกษา การแข่งขันแผนธุรกิจ และการจัดตั้งศูนย์หรือแพลตฟอร์ม บ่มเพาะผู้ประกอบการในระดับมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถพัฒนาความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ความสามารถในการจัดการความเสี่ยง และการรับมือกับความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การส่งเสริมบทบาทของอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ประกอบการต้นแบบ และเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นพี่ ในฐานะแหล่งเรียนรู้และแบบอย่างทางสังคม จะมีส่วนช่วยถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้เชิงปฏิบัติ และค่านิยม ที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ อันนำไปสู่การเสริมสร้างบรรทัดฐานทางสังคมที่เอื้อต่อการก่อตัวและการคงอยู่ ของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน สถาบันการศึกษาอาจพิจารณาสร้างกลไก การมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน เช่น การจัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนทางสังคมต่อการเลือกเส้นทางอาชีพด้านการเป็นผู้ประกอบการ ของนักศึกษา ในระดับนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการพัฒนาผู้ประกอบการควรพิจารณา สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมกิจกรรมผู้ประกอบการทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและระดับสังคม ผ่านการสนับสนุนทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาครัฐกิจ และภาคชุมชน ตลอดจนการบูรณาการนโยบายด้านการศึกษา นวัตกรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อสร้าง ระบบนิเวศผู้ประกอบการที่เอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านจากเจตนาการเป็นผู้ประกอบการไปสู่การปฏิบัติจริง โดยเฉพาะ ในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัด บางประการ ได้แก่ การใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง ซึ่งอาจไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของเจตนาการเป็นผู้ประกอบการในระยะยาวได้อย่างครบถ้วน การจำกัดพื้นที่ศึกษาเฉพาะมณฑลเหอเป่ย์ และการพึ่งพาข้อมูล จากแบบสอบถามรายงานตนเองซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากอคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น การวิจัยในอนาคต ควรพิจารณาออกแบบการศึกษาแบบติดตามผลในระยะยาว ขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคอื่น รวมถึง ผสมผสานวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และพิจารณาตัวแปรเชิงบริบทเพิ่มเติม เช่น วัฒนธรรมองค์กร นโยบายภาครัฐ หรือรูปแบบการสนับสนุนทางการเงิน เพื่อให้สามารถอธิบายกระบวนการก่อรูปและพัฒนาเจตนา การเป็นผู้ประกอบการได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1-33.
- Bateman, T. S. & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Krueger, N. F et al. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(6), 411-432.

- Li, C. & Wu, J. (2020). Entrepreneurial intention among Chinese college students: The role of motivation and environment. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(4), 1-12.
- Li, X. & Wang, Y. (2022). Influence of employment pressure on career decision-making of Chinese college students after COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 13, 972345. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.972345>.
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.
- Wilson, F. et al. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Zhao, H. et al. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.