

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่ อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

Motivation Influencing the Entrepreneurial Intention of Students in Mueang District, Songkhla Province

กัณท์ธิมา รามยัง¹, รอฟุท แก้วมณี², สุฮัสนา กาฟเนตร³ และวิทยา ขาวขจร^{4*}

Kantima Ramyoung¹, Rofut Keawmanee², Suhustna Kalaned³ and Witaya Khaokhajorn^{4*}

*Corresponding author, e-mail: witaya@tsu.ac.th

Received 06/10/2025

Revised 26/11/2025

Accepted 29/11/2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา (2) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจ และ (3) เสนอแนวทางส่งเสริมแรงจูงใจที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาระดับปริญญาตรีในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จำนวน 406 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับที่ .948 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจด้านความต้องการประสบความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความตั้งใจพบว่า บรรทัดฐานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch) และ ความต้องการอำนาจ (nPow) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ($p < .001$) ในขณะที่ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (nAff) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ($p = .146$) แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจได้ร้อยละ 53.8 (Adjusted $R^2 = .538$) แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในที่เน้นความสำเร็จและภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญกว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์ แนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการวางแผนธุรกิจ

¹ นักศึกษา,หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

Student, Bachelor of Management Program, Management for Development College, Thaksin University

² นักศึกษา,หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

Student, Bachelor of Management Program, Management for Development College, Thaksin University

³ นักศึกษา,หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

Student, Bachelor of Management Program, Management for Development College, Thaksin University

⁴ อาจารย์ผู้สอน หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

Lecturer, Bachelor of Management Program, Management for Development College, Thaksin University

การสร้างเครือข่ายทางสังคม การพัฒนาโปรแกรมภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ และการจัดตั้งระบบพี่เลี้ยงทางธุรกิจ

องค์ความรู้ใหม่คือการยืนยันว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการประสบความสำเร็จและความต้องการอำนาจมีบทบาทสำคัญอย่างชัดเจน ในการขับเคลื่อนความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในบริบทนี้ ซึ่งสอดคล้องกับการทำนายของทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland

คำสำคัญ: แรงจูงใจ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษา พื้นที่อำเภอเมืองสงขลา

Abstract

This study aimed to: (1) examine the levels of entrepreneurial motivation and intention among undergraduate students in Mueang Songkhla District; (2) investigate motivations influencing entrepreneurial intentions; and (3) propose strategies for enhancing motivation to strengthen students' entrepreneurial intent. The sample consisted of 406 undergraduate students selected through multistage sampling (stratification, cluster, and convenience). The research instrument was a questionnaire with a reliability coefficient of 0.948. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression.

Results showed that both entrepreneurial motivation and intention were at high levels. For motivation, the need for achievement had the highest mean score, followed by the need for power and need for affiliation. Entrepreneurial intention was also high, with subjective norms showing the highest mean. Multiple regression analysis indicated that need for achievement (nAch) and need for power (nPow) significantly and positively influenced entrepreneurial intention ($p < .001$), whereas the need for affiliation (nAff) showed no significant effect ($p = .146$). The model explained 53.8% of the variance (Adjusted $R^2 = .538$), suggesting that internal motivations related to success and leadership play a more substantial role than social relationship factors. Proposed motivational promotion approaches include practical workshops on business planning, creating social networks for young entrepreneurs, developing entrepreneurial leadership programs, and establishing a business mentorship system.

The new knowledge integrates McClelland's and Ajzen's theories to explain new-generation entrepreneurial behavior in Southern Thailand. It confirms that internal motivations (achievement and power) play a significantly stronger role than the need for affiliation, confirming McClelland's theory in this specific context.

Keywords: *Motivation, Entrepreneurial Intention, Students, Mueang Songkhla District*

บทนำ

การส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมของประเทศไทย โดยยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์การยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในระดับพื้นที่ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) ข้อมูลจาก Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2024) ระบุว่า SMEs มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจสูงถึง 35.2% ของ GDP ประเทศ และเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญ ทำให้การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในระดับจังหวัดและท้องถิ่น มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจระยะยาว

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่าง มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) สูงและเป็นพื้นที่ที่มีสถาบันอุดมศึกษาจำนวนมาก เช่น มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ซึ่งผลิตบัณฑิตเข้าสู่ตลาดแรงงานเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามรายงานของ Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (2022) ระบุว่าทักษะของบัณฑิตยังไม่สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงาน และอัตราว่างงานของบัณฑิตยังคงสูงทำให้ “การเป็นผู้ประกอบการ” กลายเป็นเส้นทางอาชีพทางเลือกที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานยุคใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

ด้านปัจจัยเชิงพฤติกรรมทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อความสำเร็จของ McClelland (1961) อธิบายว่าความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch) ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (nAff) และความต้องการอำนาจ (nPow) ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้ประกอบการ ขณะที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ระบุว่าความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเกิดจากทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

งานวิจัยในประเทศไทยสนับสนุนว่าแรงจูงใจและปัจจัยทางจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ เช่น Poolsawat and Supanti (2020) พบว่าแรงจูงใจภายในและพลังทางจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ และ Phuthong (2024) ชี้ว่าแรงจูงใจภายในส่งผลต่อความตั้งใจด้านการประกอบธุรกิจดิจิทัลของนักศึกษาบริหารธุรกิจโดยตรง

อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ศึกษาแรงจูงใจทั้งสามด้านของ McClelland ร่วมกับตัวแปรจาก TPB ในบริบทพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ยังมีจำกัดแม้พื้นที่ดังกล่าวเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและฐานการผลิตบัณฑิตขนาดใหญ่ของภูมิภาคจึงเกิด “ช่องว่างองค์ความรู้ (Research Gap)” ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่เฉพาะ

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการศึกษาว่าแรงจูงใจใดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนาหลักสูตร กิจกรรมบ่มเพาะ และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในระดับมหาวิทยาลัยและระดับจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมแรงจูงใจที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของแมคเคลแลนด์ (McClelland's Learned Needs Theory) ซึ่งเสนอว่าแรงจูงใจทางสังคมของมนุษย์มี 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการเป็นมิตรสัมพันธ์ และความต้องการมีอำนาจ (Wannajiyi et al., n.d., as cited in Pudtaseat, 2008)

1. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for Achievement : nAch) หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงด้วยความสามารถของตนเอง โดยบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะตั้งเป้าหมายสูง ขอบความท้าทาย และพยายามหาวิธีใหม่ในการแก้ปัญหาให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ
2. ความต้องการเป็นมิตรสัมพันธ์ (Need for Affiliation : nAff) คือ ความปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมักปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น สนใจในความรู้สึกของรอบข้าง และทำงานได้ดีในทีม ซึ่งเป็นพื้นฐานของผู้ประกอบการที่ต้องทำงานร่วมกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ความต้องการมีอำนาจ (Need for Power : nPow) คือ ความต้องการมีอิทธิพลและควบคุมสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะพยายามเป็นผู้นำ มีความมั่นใจ และต้องการสร้างอิทธิพลในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของผู้ประกอบการที่มุ่งผลลัพธ์และความสำเร็จ

ทฤษฎีที่ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

การทำความเข้าใจความตั้งใจของนักศึกษาที่จะเป็นผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดทางจิตวิทยาสังคม โดยทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายที่สุดคือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

(Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งอธิบายว่า ความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำพฤติกรรมใด ๆ ถูกกำหนดโดย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude Toward the Behavior) หมายถึง การประเมินของบุคคลว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ดีและมีคุณค่า เช่น การมองว่าเป็นอาชีพที่สร้างอิสระทางการเงินหรือเป็นโอกาสในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หากนักศึกษามีทัศนคติบวกย่อมมีความตั้งใจสูงขึ้น

2. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) หมายถึง การรับรู้แรงสนับสนุนหรือแรงกดดันจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน หรืออาจารย์ หากนักศึกษารับรู้ว่าสังคมสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการความตั้งใจจะเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันหากสังคมไม่เห็นด้วยความตั้งใจจะลดลง

3. การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง การรับรู้ถึงความสามารถและทรัพยากรของตนเองในการเริ่มต้นธุรกิจ เช่น ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และโอกาส บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงจะมีแนวโน้มลงมือทำจริงมากกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการกำหนดความตั้งใจในการประกอบธุรกิจของบุคคล โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่กำลังพิจารณาเส้นทางอาชีพในอนาคต ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของ McClelland (1961) อธิบายว่าแรงจูงใจประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่ ความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch) ความต้องการเป็นมิตรสัมพันธ์ (nAff) และความต้องการมีอำนาจ (nPow) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มักพบในพฤติกรรมการริเริ่มสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการ เนื่องจากบุคคลที่มีแรงจูงใจสูงมักจะกล้าตัดสินใจ ขอบความท้าทาย และพร้อมแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาตนเองและธุรกิจ

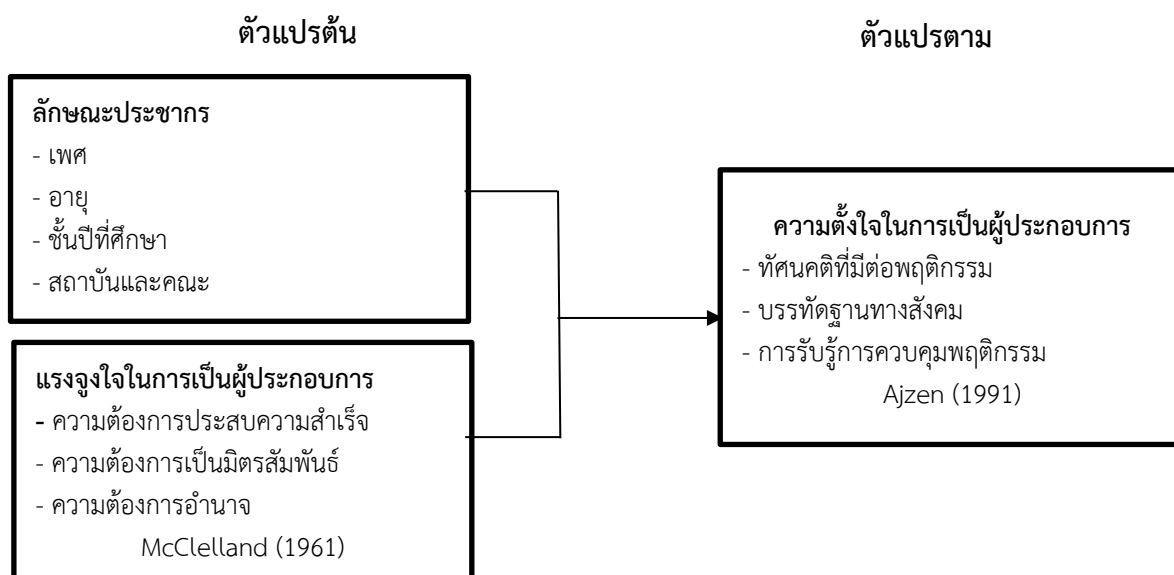
จากมุมมองด้านพฤติกรรมมนุษย์ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมักได้รับอิทธิพลจากแรงผลักดันภายใน เช่น ความฝันอยากมีธุรกิจ หรือการแสวงหาเสรีภาพทางการเงิน งานวิจัยหลายฉบับสนับสนุนว่าแรงจูงใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความตั้งใจในการประกอบการ เช่น งานวิจัยของ Poolsawat and Supanti (2020) ที่ศึกษานักศึกษาธุรกิจในภาคใต้ พบว่าแรงจูงใจภายในมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านความสำเร็จและแรงผลักดันเชิงบวกจากสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ นอกจากนี้งานวิจัยของ Phuthong (2024) ยังระบุว่าแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่คาดการณ์ความตั้งใจด้านผู้ประกอบการได้ดีที่สุดในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี

จากหลักทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ของ Ajzen (1991) เชื่อว่าแรงจูงใจเป็นหนึ่งในตัวกำหนดทัศนคติต่อพฤติกรรม ซึ่งทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลให้บุคคลมีความตั้งใจสูงขึ้นในการเริ่มต้นธุรกิจ ขณะเดียวกันงานของ Ryan and Deci (2000) เชื่อว่าแรงจูงใจภายในช่วยส่งเสริมความพยายามและความต่อเนื่องในการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการสร้างธุรกิจใหม่

สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายในทั้งสามด้านของ McClelland (1961) รวมถึงปัจจัยทางจิตวิทยาอื่น ๆ เช่น ความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติเชิงบวก ล้วนมีผลต่อระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ

นักศึกษา งานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและความตั้งใจ เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในอำเภอเมืองสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนิสิตระดับปริญญาตรีในจังหวัดสงขลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากสามสถาบันในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ได้แก่ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย รวมทั้งสิ้น 35,127 คน

กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนขั้นต่ำ 395 คน ผู้วิจัยเพิ่มร้อยละ 5 เป็น 415 คน และสามารถเก็บแบบสอบถามได้ครบ 415 ชุด หลังตรวจสอบความสมบูรณ์ เหลือข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์จำนวน 406 ชุด

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ได้แก่ การแบ่งชั้นตามสถาบัน (Stratified Sampling) การสุ่มแบบคลัสเตอร์ตามคณะ (Cluster Sampling) และการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลที่กระจายหลายพื้นที่

และข้อจำกัดด้านเวลา ขณะเดียวกันยังคงรักษาความเป็นตัวแทนของประชากรได้เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นโดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดที่สำคัญสองส่วน ได้แก่ แรงจูงใจตามแนวคิดของ McClelland (1961) และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการตาม ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ของ Ajzen (1991) แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ส่วนครอบคลุมข้อมูลทั่วไป แรงจูงใจ ความตั้งใจ และคำถามปลายเปิด ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอย่างเคร่งครัด โดยเริ่มจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาที่ต้องการวัดด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผลการประเมินพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า .067 (หรือค่าที่ยอมรับ) ต่อมา ได้มีการทดลองใช้ (Try - out) กับนักศึกษา 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการทดสอบยืนยันว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นสูงมากถึง .948 การผ่านการตรวจสอบคุณภาพในระดับสูงทั้งสองส่วนนี้ ทำให้มั่นใจได้ว่าเครื่องมือมีความเที่ยงและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตสถาบันอุดมศึกษาทั้งสามแห่ง และแจกแบบสอบถามทั้งในรูปแบบกระดาษและออนไลน์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยประจำแต่ละสถาบันดูแลให้ผู้ตอบเข้าใจคำถามอย่างถูกต้อง จากนั้นจึงตรวจสอบความครบถ้วนและคัดออกฉบับที่ไม่สมบูรณ์ ก่อนนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 406 ชุดเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for Windows โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนระดับแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของแรงจูงใจต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	(N=406)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	101	24.88
หญิง	305	75.12
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	126	31.03
21-22 ปี	262	64.53
22 ปีขึ้นไป	18	4.43
3. ชั้นปีที่ศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	119	29.31
ชั้นปีที่ 2	67	16.50
ชั้นปีที่ 3	128	31.53
ชั้นปีที่ 4	92	22.66
4. สถาบันและคณะ		
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	119	29.31
คณะครุศาสตร์	7	1.72
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	20	4.93
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	39	7.88
คณะวิทยาการจัดการ	56	13.79
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	2	.49
คณะศิลปกรรมศาสตร์	1	.25
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	2	.49
มหาวิทยาลัยทักษิณ	154	37.93
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ	31	7.64
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ	34	8.37
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ	19	4.68
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ	9	2.22
วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ	36	8.87
คณะศึกษาศาสตร์	24	5.91

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	(N=406)	
	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	133	32.76
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	3	.74
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	94	23.15
คณะวิศวกรรมศาสตร์	21	5.17
คณะศิลปศาสตร์	11	2.71
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	4	.99

จากการตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในอำเภอเมืองสงขลา จำนวน 406 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.12) อายุส่วนมากอยู่ในช่วง 21 - 22 ปี (ร้อยละ 64.53) ชั้นปีที่พบมากที่สุดคือปี 3 (ร้อยละ 31.53) รองลงมาคือปี 1 (ร้อยละ 29.31) ในด้านคณะที่ศึกษา ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มทร.ศรีวิชัย (ร้อยละ 23.15) และคณะวิทยาการจัดการ มรภ.สงขลา (ร้อยละ 13.79) สำหรับสถาบันการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มาจากมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา (ร้อยละ 37.93) รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (ร้อยละ 32.76) และมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (ร้อยละ 29.31) โดยรวมสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัวครอบคลุมทั้งสามสถาบันหลักในพื้นที่อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ

แรงในการเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	4.48	.60	มากที่สุด
2. ด้านความต้องการความเป็นมิตรสัมพันธ์	4.33	.67	มากที่สุด
3. ด้านความต้องการอำนาจ	4.39	.64	มากที่สุด
ภาพรวม	4.42	.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา มีระดับแรงจูงในการเป็นผู้ประกอบการ โดยภาพรวมทุกด้านมีแรงจูงใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดเรียงไปน้อยที่สุดได้ ดังนี้ด้านที่ 1) ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) ด้านที่ 3) ด้านความต้องการอำนาจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) ด้านที่ 2) ด้านความต้องการความเป็นมิตรสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	4.37	.63	มากที่สุด
2. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	4.42	.62	มากที่สุด
3. ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม	4.41	.63	มากที่สุด
ภาพรวม	4.44	.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา มีระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบ โดยภาพรวมทุกด้านมีความตั้งใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดเรียงไปน้อยที่สุดได้ ดังนี้ ด้านที่ 2) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) ด้านที่ 3) ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) ด้านที่ 1) ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$)

ตารางที่ 4 สรุปผลความเหมาะสมของโมเดลการถดถอยพหุคูณ (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736	.541	.538	.516	2.015

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า โมเดลถดถอยมีค่า Adjusted $R^2 = .538$ หมายความว่า ตัวแปรแรงจูงใจทั้งสามด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ 53.8% ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี ค่า $R = .736$ สะท้อนความสัมพันธ์เชิงเส้นในระดับสูงระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม นอกจากนี้ ค่า Durbin - Watson = 2.015 อยู่ในช่วงยอมรับได้ (1.50 - 2.50) บ่งชี้ว่า ไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) และโมเดลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ตามหลักสถิติ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของโมเดลการถดถอยพหุคูณ (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
Regression	87.154	3	29.051	109.329	< .001*
Residual	73.820	402	0.184	—	—
Total	160.974	405	—	—	—

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ ANOVA พบว่า ค่า $F = 109.329$ และมีค่า P น้อยกว่า .001 แสดงว่าโมเดลการถดถอยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึง ตัวแปรด้านแรงจูงใจ

โดยรวมมีความสามารถในการอธิบายและทำนายระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โมเดลจึงเหมาะสมสำหรับใช้วิเคราะห์ผลและสรุปเชิงสถิติ

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Coefficients)

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	P-Value
(Constant)	1.021	.161	—	6.353	< .001*
ความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch)	.352	.043	.366	8.257	< .001*
ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (nAff)	.057	.039	.066	1.458	= .146
ความต้องการอำนาจ (nPow)	.364	.042	.406	8.748	< .001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ดังนี้ ความต้องการอำนาจ (nPow) มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานสูงที่สุด ($\beta = .406$) มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) แสดงว่าเป็นตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุด เมื่อนักศึกษามีความต้องการอำนาจหรือบทบาทผู้นำมากขึ้น ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการก็เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch) มีค่า ($\beta = .366$, $p < .001$) เป็นตัวพยากรณ์สำคัญรองลงมา สะท้อนว่านักศึกษาที่มุ่งความสำเร็จและกล้าเผชิญความท้าทาย ย่อมมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงขึ้น ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (nAff) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .146$) จึงไม่เป็นตัวทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 7 แนวทางการส่งเสริมแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ด้านแรงจูงใจและความตั้งใจ	ข้อค้นพบจากการวิจัย	แนวทางการส่งเสริม / พัฒนา	หน่วยงานที่ควรดำเนินการ
1. ความต้องการประสบความสำเร็จ	นักศึกษามีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง ต้องการพิสูจน์ความสามารถและบรรลุเป้าหมายทางอาชีพ	จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้าน “การวางแผนธุรกิจและการกำหนดเป้าหมายชีวิตผู้ประกอบการ” ส่งเสริมกิจกรรมจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาความคิดเชิงกลยุทธ์และความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ	มหาวิทยาลัย หน่วยบ่มเพาะผู้ประกอบการ ศูนย์พัฒนา Startup ภาครัฐ

ด้านแรงจูงใจและความตั้งใจ	ข้อค้นพบจากการวิจัย	แนวทางการส่งเสริม / พัฒนา	หน่วยงานที่ควรดำเนินการ
2. ความต้องการเป็นมิตรสัมพันธ์	นักศึกษาต้องการการสนับสนุนจากเพื่อน ครอบครัว และเครือข่ายทางสังคม	จัดตั้ง “เครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่” เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างแรงบันดาลใจผ่านพี่เลี้ยงธุรกิจ	คณะ/วิทยาลัย หน่วยงานพัฒนา ผู้ประกอบการ สมาคมศิษย์เก่า สำนักงานพาณิชย์ จังหวัด
3. ความต้องการมีอำนาจ	นักศึกษามีแรงจูงใจในการเป็นผู้นำและต้องการมีอิทธิพลในกลุ่มอาชีพ	พัฒนา “หลักสูตรภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ และการฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง” เพื่อเสริมทักษะการสื่อสารและการตัดสินใจ	มหาวิทยาลัย สำนักงาน คณะกรรมการการ อุดมศึกษา (อว.) ภาคเอกชน
4. ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ	นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อการประกอบธุรกิจ โดยมองว่าการเป็นผู้ประกอบการคือความสำเร็จและอิสรภาพ	จัดกิจกรรม “Entrepreneurship Inspiration Day” แล “Startup Bootcamp” เพื่อกระตุ้นทัศนคติเชิงบวกต่อการเริ่มต้นธุรกิจ และยกตัวอย่างกรณีศึกษาผู้ประกอบการต้นแบบ	มหาวิทยาลัย ภาคเอกชน สำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
5. บรรทัดฐานทางสังคม	ครอบครัวและเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการ	ส่งเสริมกิจกรรม “Family & Friends for Entrepreneurial Support” เพื่อสร้างแรงหนุนจากคนรอบข้าง และเผยแพร่แนวคิดผู้ประกอบการผ่านสื่อสังคมออนไลน์	หน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และองค์กรท้องถิ่น
6. การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	นักศึกษามีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง แต่ยังขาดประสบการณ์จริง	จัดให้มี “ศูนย์จำลองธุรกิจนักศึกษา (Student Business Lab)” และโครงการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเพิ่มการรับรู้ความสามารถและการควบคุมสถานการณ์จริง	มหาวิทยาลัย หน่วยบ่มเพาะ วิสาหกิจ ภาค ธุรกิจเอกชน

จากตารางที่ 7 สามารถสรุปได้ว่า แนวทางการส่งเสริมแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเน้นทั้งแรงจูงใจภายในและปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนพฤติกรรมผู้ประกอบการ ด้านแรงจูงใจภายในควรมุ่งพัฒนาความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ทางสังคม การเป็นผู้นำ และทักษะการตัดสินใจ ส่วนด้านปัจจัยภายนอกควรสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเสริมความเชื่อมั่นและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง แนวทางดำเนินการอาจรวมถึงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดค่ายผู้ประกอบการ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ นักศึกษา การฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการ และโครงการพี่เลี้ยงทางธุรกิจ เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาเรียนรู้จากผู้ประกอบการต้นแบบ ทั้งนี้ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาครัฐและภาคเอกชนเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุนแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างยั่งยืนในกลุ่มนักศึกษา

อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในอำเภอเมืองสงขลา ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ McClelland (1961) ที่ระบุว่า คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักตั้งเป้าหมายท้าทายและต้องการพิสูจน์ตนเอง ทำให้มีแนวโน้มก้าวเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่า หากบุคคลมีทัศนคติที่ดี การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมสูง และมีแรงสนับสนุนจากสังคม จะส่งผลต่อการเกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Poolsawat and Supanti (2020) ที่ศึกษา นักศึกษาภาคใต้ของไทย พบว่าแรงจูงใจด้านความสำเร็จและทัศนคติทางบวกมีบทบาทสำคัญในการผลักดันความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งงานของ Jermstittiparsert et al., (2020) ซึ่งระบุว่า แรงผลักดันภายใน (Intrinsic Drive) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนระดับมหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยืนยันว่า แรงจูงใจด้านความต้องการประสบความสำเร็จ (nAch) และความต้องการอำนาจ (nPow) เป็นตัวทำนายสำคัญของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยหลายชิ้น อาทิ McClelland (1961) ที่ชี้ว่า nAch และ nPow เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจสองด้านนี้จะมีความมั่นใจสูง ต้องการสร้างผลลัพธ์ที่มีอิทธิพล และต้องการพิสูจน์ความสามารถของตนเองผ่านการสร้างธุรกิจ ผลการวิจัยนี้ยังสนับสนุนงานของ Ryan and Deci (2000) ซึ่งระบุว่าแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) ส่งเสริมความเพียรพยายามและความผูกพันต่อเป้าหมาย ทำให้บุคคลตัดสินใจลงมือเป็นผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Phuthong (2024) ที่พบว่าแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปร

สำคัญที่ผลักดันให้เกิด “ความตั้งใจประกอบการดิจิทัล” ในกลุ่มนักศึกษาธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ (nAff) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งขัดกับบางงานวิจัย แต่ก็สอดคล้องกับลักษณะพื้นที่ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายที่ทำให้ความสำคัญกับความสำเร็จและเป้าหมายในอนาคตมากกว่าความสัมพันธ์ทางสังคม เหตุผลสะท้อนตามคำแนะนำผู้ทรงความรู้ว่าควรอภิปรายเชิงทฤษฎีว่าทำไมตัวแปรนี้ “ไม่ส่งผล” ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมักเป็นอาชีพที่เน้นการตัดสินใจเดี่ยว การแข่งขัน และความเสี่ยง จึงไม่ได้สอดคล้องกับแรงจูงใจด้านการสร้างสัมพันธ์มากนัก

จากการวิเคราะห์หาแนวทางการส่งเสริมแรงจูงใจเพื่อเพิ่มความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จากผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจด้านความต้องการประสบความสำเร็จและความต้องการอำนาจเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ขณะที่ความต้องการมิตรสัมพันธ์ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าการผลักดันให้นักศึกษาตั้งใจประกอบธุรกิจเกิดจากแรงผลักดันภายในที่เน้นความสำเร็จส่วนบุคคลและความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมากกว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1961) ว่า nAch และ nPow เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของพฤติกรรมผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับงานของ Poolsawat and Supanti (2020) ที่รายงานว่าแรงจูงใจภายใน เป็นตัวทำนายความตั้งใจประกอบการในกลุ่มนักศึกษาภาคใต้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในเชิงจิตวิทยาสังคม โครงสร้างแรงจูงใจดังกล่าวสัมพันธ์โดยตรงกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ของ Ajzen (1991) โดยเฉพาะองค์ประกอบ “การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC)” ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของความเชื่อว่าตนเองสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้จริง งานของ Jermisittiparsert et al., (2020) ยังยืนยันว่า การเสริมแรงจูงใจภายในและบรรยากาศที่สนับสนุนสามารถเพิ่มความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้เช่นกัน ดังนั้น แนวทางส่งเสริมแรงจูงใจเพื่อเพิ่มความตั้งใจประกอบการควรมุ่งสร้างประสบการณ์ที่เสริมความมั่นใจและเน้นความสำเร็จของผู้เรียน เช่น กิจกรรมตั้งเป้าหมายเชิงธุรกิจ กิจกรรมจำลองสถานการณ์ธุรกิจ (Business Simulation) หรือโครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Program) ควบคู่กับการสร้างระบบพี่เลี้ยง (Mentorship) เพื่อเพิ่มการรับรู้ความสามารถของตนเองและสร้างบรรทัดฐานสังคมเชิงบวก โดยแนวทางทั้งหมดสอดคล้องกับข้อค้นพบด้านแรงจูงใจภายในตามกรอบ Self-Determination Theory ของ Ryan and Deci (2000)

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สะท้อน “พลวัตของแรงจูงใจและความตั้งใจผู้ประกอบการของคนรุ่นใหม่ในบริบทภาคใต้” ซึ่งยืนยันว่า การเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เกิดจากแรงผลักดันทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากแรงจูงใจภายใน ความสัมพันธ์ทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในตนเอง การบูรณาการทฤษฎีคลาสสิกของ McClelland (1961) เข้ากับ TPB ของ Ajzen จึงถือเป็นกรอบอธิบายใหม่ที่มีประสิทธิภาพในบริบทไทย และสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าแรงจูงใจภายใน เช่น ความใฝ่สัมฤทธิ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความพึงพอใจในอิสระ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา แนวทางการนำไปใช้สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระดับสถาบันการศึกษา ควรพัฒนาโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการและบ่มเพาะธุรกิจที่มุ่งเน้นทักษะปฏิบัติจริง รวมถึงสร้างเครือข่ายนักศึกษาและศิษย์เก่าสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อเสริมพลังทางสังคมและแรงสนับสนุนด้านเครือข่าย
2. ระดับนักศึกษา นักศึกษาควรใช้แรงจูงใจภายใน โดยเฉพาะความใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นแรงผลักดันในการสร้างธุรกิจ พร้อมกำหนดเป้าหมายระยะสั้น-ยาว และประเมินความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมความมั่นคงของความตั้งใจและนำไปสู่การลงมือทำจริง
3. ระดับภาครัฐและภาคเอกชน ควรสนับสนุนนโยบายและทรัพยากร เช่น กองทุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โครงการ Startup และกิจกรรมเร่งรัดธุรกิจ พร้อมสร้างเวทีเชื่อมโยงเครือข่ายนักศึกษาและผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนระบบนิเวศผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักศึกษาในหลายจังหวัดหรือหลายภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้อาจารย์มีความครอบคลุมและอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้กว้างขวางยิ่งขึ้น
2. การใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปริมาณ ควรนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม มาใช้ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนประสบการณ์มุมมอง และแรงผลักดันที่ซ่อนอยู่ของนักศึกษา อันจะช่วยให้เข้าใจกลไกของแรงจูงใจและความตั้งใจได้อย่างรอบด้าน
3. ควรพิจารณาปัจจัยด้านนโยบาย เศรษฐกิจ สังคม และแรงสนับสนุนจากครอบครัวหรือชุมชน ซึ่งอาจส่งผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทจริง

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179 - 211.
- Jermstittiparsert, K., Sutduean, J., & Sutduean, C. (2020). Role of Entrepreneurial Motivation Towards the Entrepreneurial Intentions Among Engineering Students: A Mediated Moderated Research Framework. *TEST Engineering & Management*, 82, 3522 - 3533.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2024). *MSME Economic Conditions Report for Q4/2024 and Outlook*. Ministry of Industry.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023 - 2027)*.
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022). *Revised Higher Education Plan 2023 - 2027*. Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation.
- Pudtaseat, P. (2008). *Evidence of Construct Validity and Reliability of The Achievement Motivation Scales with Different Formats for Third Class Range Students in Schools Under Bangkok Office of Educational Service Area 1* [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Phuthong, T. (2019). A Causal Relationship Model of Factors Affecting Entrepreneurial Intention and Start a New Digital Business of The Undergraduate Students in Business Management Program. *Journal of Management Sciences*, 36(2), 31 - 59.
- Poolsawat, P., & Supanti, D. (2020). Motivation Towards Entrepreneurial Intention: A Case Study of Business Students in Southern Region of Thailand. *WMS Journal of Management, Walailak University*, 9(1), 93 - 100.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68 - 78.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper & Row.