

หน้าแรก [เกี่ยวกับ TCI](#) » [ฐานข้อมูล TCI](#) » [ค่า TJIF](#) [การประชุม/อบรม](#) » [งานวิจัยของ TCI](#) » [เกณฑ์คุณภาพวารสาร](#) » [กระดานสนทนา](#) [FAQ](#)

ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	Veridian E-Journal, Silpakorn University	1906-3431	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	1	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright 2005. Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.

Contact tci.thai@gmail.com

อิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม สนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นใน
ตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของ
กลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์

Influences of Social Support, Educational Support and Self-Confidence on
Young Service and Lodging Business Entrepreneurial Intention of
Generation Z

Received:	March	31, 2019
Revised:	July	12, 2019
Accepted:	July	15, 2019

ธาดาทิเบศร์ ภูทอง (Thadathibesra Phuthong)^{*}
สวมล ศิริกันท์ (Sawamon Sirikan)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม สนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณทำการวิจัยเชิงประจักษ์ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากนั้นทำการวิเคราะห์โมเดลการวัดและวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างก่อนการทำการตรวจสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square: PLS) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS

ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนทางการศึกษา โดยการสนับสนุนทางการศึกษายังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ การสนับสนุนทางสังคม ตามลำดับ นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ รองลงมาคือ การสนับสนุนทางการศึกษา ตามลำดับ โดยการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนทางการศึกษาและความเชื่อมั่นในตนเอง และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความเชื่อมั่นในตนเองและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ ในขณะที่การสนับสนุนทางการศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในตนเองและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่

^{*} อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล: thadathibes@ms.su.ac.th

Lecturer in Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: thadathibes@ms.su.ac.th

^{**} นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student's Bachelor of Business Administration Program of Business Management and English, Faculty of Management Science, Silpakorn University

จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเองยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ และยังพบว่าการสนับสนุนทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายผลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ ได้ร้อยละ 66.60 ($R^2 = 0.666$, $R^2_{adj} = 0.661$) จากผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเพิ่มระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ โดยผ่านความเชื่อมั่นในตนเองที่เกิดจากการสนับสนุนทางด้านการศึกษา และการสนับสนุนทางสังคม

คำสำคัญ : การสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา ความเชื่อมั่นในตนเอง ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ธุรกิจบริการและที่พัก กลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์

Abstract

This research aims to study the influences of social support, educational support and self-confidence on young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z. The quantitative survey research method is used for this study and the research tool is a questionnaire to collect data from 200 generation Z as the sample size by **judgment sampling**. Then analysis the measurement model and structural equation modeling before hypotheses testing by Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software.

The results found that the social support had the factor that positively impact on educational support. Which the educational support had the most influential factor that positively impact on self-confidence, followed by social support, respectively. Moreover, the self-confidence had the most influential factor that positively impact on young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z, followed by educational support, respectively. Which the social support directly affected educational support and self-confidence and indirectly influenced self-confidence and young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z. While the educational support directly affected self-confidence and young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z and indirectly influenced young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z. In addition, the self-confidence directly affected young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z and social support did not directly affect the young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z. The structural equation model can explain young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z at 66.60 percent ($R^2 = 0.666$, $R^2_{adj} = 0.661$). The results of

this research are beneficial to educational institution, business incubator and stakeholder to increase the young service and lodging business entrepreneurial intention of generation Z through the self-confidence by educational support and social support.

Keywords: Social Support, Educational Support, Self-Confidence, Young Entrepreneurial Intention, Service and Lodging Business, Generation Z

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเกิดขึ้นตลอดเวลาเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของโลกและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศชาติสำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีการปฏิรูปประเทศภายใต้นโยบาย ประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นเครื่องมือในการนำพาประเทศไทยให้ก้าวไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยปรับโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตจากภาคอุตสาหกรรมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2558) ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตไปสู่การเน้นภาคการบริการมากขึ้น รวมทั้งมีการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) เป็นแผนแม่บทในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ใน 5 ปีแรกสู่การปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริม พัฒนานวัตกรรมการสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการ สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มในภาคการผลิตของไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ถึง ฉบับที่ 11 ซึ่งแบ่งเป็นภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ พบว่า ภาคเกษตรกรรมมีแนวโน้มการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวลดลง และเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับภาคบริการ และเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พบว่า ภาคบริการมีอัตราการขยายตัวในระดับสูงสุด คือ ร้อยละ 6.22 เมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรมที่มีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 4.35 และร้อยละ 1.86 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มในภาคการบริการนี้ ยังพบว่า ภาคบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) สูงเป็นลำดับที่ 7 เมื่อเทียบกับ GDP ของภาคบริการจากทั้งหมด 12 สาขา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) สอดคล้องกับผลการศึกษาดำเนินการโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารเป็นธุรกิจดาวเด่น ตลอดปี พ.ศ. 2558 - 2560 โดยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารมีการอัตรเติบโต มีต้นทุนการขยายตัว และขยายสาขาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในทิศทางที่เพิ่มสูงขึ้น

ในสังคมไทยประกอบไปด้วยคนแต่ละช่วงวัยในสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยคนที่มีอายุแตกต่างกันหรือเป็นคนต่างรุ่นกัน ย่อมมีคุณลักษณะที่ต่างกันทั้งอุปนิสัย วิธีคิด การดำเนินชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรม เนื่องมาจากคนแต่ละรุ่นเติบโตขึ้นมาภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน ทั้งทางด้าน

เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การจำแนกประชากรตามรุ่นต่าง ๆ หรือที่เรียกว่า เจเนอเรชัน (Generation) นั้น ได้นิยามตามปีเกิดของประชากร ซึ่งอาจถูกกำหนดไว้ค่อนข้างหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละการศึกษา อย่างไรก็ตามยังคงเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นเจเนอเรชันซี (Generation Z) หมายถึง ประชากรที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา (อุมาภรณ์ ภัทรวาณิชย์, 2557) ซึ่งกลุ่มเจเนอเรชันซี ถือเป็นวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ และส่วนใหญ่กำลังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน เป็นกลุ่มที่สามารถปลูกฝังสิ่งดี ๆ ให้ได้โดยง่าย เพราะอาศัยอยู่ในวัยที่กำลังเสาะหาและพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ นอกจากนี้ กลุ่มวัยรุ่นเจเนอเรชันซียังเป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาแล้วอย่างจริงจัง ถือเป็นคนยุคดิจิทัล (Digital Generation) อย่างแท้จริง (ชาญชัย ตีอ่วม, 2555) และยิ่งไปกว่านั้นในอนาคตราว 10 ถึง 15 ปีข้างหน้า ประชากรในกลุ่มวัยนี้จะกลายมาเป็นกลุ่มประชากรวัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การทางธุรกิจและประเทศชาติ เป็นผู้นำยุคใหม่ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาในโลกเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและนวัตกรรมทางดิจิทัลที่ก้าวล้ำ

ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีนโยบายในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Sized Enterprises: SMEs) ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ พร้อมกับช่วยเหลือพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมที่ยังคงมีศักยภาพให้อยู่รอด เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีฐานธุรกิจและฐานภาษีที่กว้างขึ้น สามารถสร้างรายได้เพื่อนำมาพัฒนาประเทศต่อไป โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ และช่วยเหลือผู้ประกอบการรายเดิมให้มีศักยภาพในการแข่งขันด้วยวิธีการมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการจากผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ดี มีศักยภาพ เน้นการสร้าง ความมั่นใจ และกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ ผ่านการให้ความรู้ทางด้านวิชาการในการบริหารจัดการธุรกิจที่ทันสมัย รวมทั้งการให้คำปรึกษาสำหรับการจัดตั้งธุรกิจจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านควบคู่กับการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้สามารถก่อตั้งธุรกิจได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เป็นแหล่งจ้างงานและสร้างรายได้แก่ประเทศต่อไปในอนาคต (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม (สุชาติ ไตรภพสกุล และ สหทัยา ชูชาติพงษ์, 2557)

ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเริ่มต้นการบ่มเพาะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะในภาคการบริการให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับประเทศที่เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ เป็นต้น ที่ต่างตื่นตัวในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปรับปรุงนโยบายทางการศึกษาทุกระดับ โดยเริ่มตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับปริญญาเอก เพื่อมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนที่สามารถบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ให้เกิดขึ้นในประเทศของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (UNESCO/UNDP, 2013; กัญชพร ธรรมณี, 2559) และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศในอนาคตได้อย่างยั่งยืน แต่ถึงอย่างไรก็ตามการบ่มเพาะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในบริบทของประเทศไทยนั้น ยังต้องเผชิญกับแนวคิดแบบเดิม ๆ จากคนบางกลุ่มในสังคมไทย ซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการบ่มเพาะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ เช่น การมีอคติต่ออาชีพผู้ประกอบการรับรู้ถึงความเสี่ยงและอุปสรรคต่าง ๆ ในการเป็นผู้ประกอบการ โดยสาเหตุหลักมาจากพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง

จำนวนมากยังคงมีค่านิยมที่ผลักดันให้ลูกทำงานรับราชการหรือเป็นพนักงานในหน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ เพราะมีความมั่นคง เกียรติยศ และชื่อเสียงในการทำงานมากกว่าการส่งเสริมให้บุตรหลานเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และสร้างธุรกิจเป็นของตนเอง ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการนั้น มีความเสี่ยง ไม่มีความมั่นคง ต้องทำงานแบบหามรุ่งหามค่ำ เป็นต้น ส่งผลทำให้คนไทยจำนวนมากขาดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ มาจนถึงปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นประชากรรุ่นใหม่ อยู่ในช่วงวัยที่กำลังเสาะแสวงหาและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และที่สำคัญไปกว่านั้น คือ ประชากรในกลุ่มนี้ ในอนาคตข้างหน้าจะถือเป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการบริการของประเทศต่อไป อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ศึกษาถึงอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์โดยตรงยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยในอดีตการศึกษาได้มุ่งเน้นที่อิทธิพลของบุคลิกภาพและสภาพแวดล้อมในการเป็นผู้ประกอบการ (Sesen, 2013) ความสามารถทางนวัตกรรม และการจัดการความเสี่ยง (Bolton & Lane, 2012) และการสนับสนุนทางด้านการศึกษาและด้านการวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ (Turker & Selcuk, 2009) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ โดยเฉพาะในบริบทของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีความทันสมัย รู้เท่าทันเทคโนโลยีดิจิทัล เต็มเปี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ออกมา โดยผลวิจัยเป็นการแสดงข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ เพื่อให้ได้ผู้ประกอบการใหม่ที่มีขีดความสามารถในการทำธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามนโยบายในการพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 จนประสบความสำเร็จ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพผู้ประกอบการ และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถขับเคลื่อนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อันจะส่งผลให้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อการสนับสนุนทางด้านการศึกษา
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมและการสนับสนุนทางด้านการศึกษาที่มีต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม สนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) และทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ ประกอบด้วยปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางการศึกษา ความเชื่อมั่นในตนเอง และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ โดยการทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปที่ละตัวแปรและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen & Fishbein (1980) และถูกนำไปใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทัศนคติ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และพฤติกรรมของมนุษย์ (Ajzen, 1991) โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้กล่าวไว้ว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรมบรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรม โดยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมมนุษย์ด้วย (Fishbein & Ajzen, 2010) ทั้งนี้ปัจจัยหลัก 3 ประการที่แสดงถึงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการขึ้นด้วยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม 2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และ 3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม ซึ่งความเชื่อแต่ละตัวจะส่งผลต่อปัจจัยต่าง ๆ (Ajzen, 1991) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) เกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับผลที่อาจจะตามมาจากพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) โดยเป็นการประเมินของบุคคลที่มีต่อภาพรวมของพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อกับผลที่น่าจะตามมาจากพฤติกรรมนั้น โดยบุคคลมีความเชื่อว่าหากได้กระทำพฤติกรรมใดแล้วได้รับผลในทางบวก ก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากได้กระทำพฤติกรรมใดแล้วได้รับผลในทางลบ ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และหากมีทัศนคติในเชิงบวกต่อพฤติกรรมนั้น ก็ย่อมจะส่งผลให้มีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นตามไปด้วย (Behavioral Intention) (Ajzen, 1991)

2. บรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective Norm) เกิดจากความเชื่อของบุคคลในเชิงบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Beliefs) เป็นการประเมินของบุคคลที่มีต่อการได้เห็นหรือได้รับรู้ข้อมูลจากบุคคลในสังคม โดยประเมินถึงความน่าเชื่อถือของบุคคล ซึ่งหากเกิดความเชื่อต่อบุคคลนั้นก็จะมีผลให้เขามีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมตามพฤติกรรมหรือคำบอกเล่าของบุคคลนั้น โดยบรรทัดฐานทางสังคมของมนุษย์มีความเชื่อและรับรู้ว่าจะหากบุคคลใดก็ตามที่มีความสำคัญต่อเขา ทั้งที่เป็นบุคคลที่เขามีความเคารพนับ

ถือ บุคคลที่เขาให้ความเชื่อมั่นไว้วางใจและบุคคลที่ใกล้ชิดกับเขา ได้กระทำพฤติกรรมใดแล้ว เขาก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและกระทำพฤติกรรมนั้นด้วย (Lesser & Pope, 2011) ซึ่งกลุ่มอ้างอิงในแต่ละคนจะมีความสำคัญในแต่ละเรื่องแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเด็นของเรื่องหรือพฤติกรรมใดที่จะสอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงนั้น

3. การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control) เกิดจากความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่อาจจะส่งเสริมหรือขัดขวางต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น (Control Beliefs) ซึ่งเป็นการประเมินของบุคคลถึงความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมต่อสภาพการณ์นั้น โดยการรับรู้หรือเชื่อว่าตนสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้ในทิศทางที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากความพร้อมของปัจจัยภายในที่เอื้ออำนวยต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น หากปัจจัยภายในมีความพร้อมจะส่งผลให้เขามีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากปัจจัยภายในไม่เอื้ออำนวย บุคคลนั้นก็จะมี-lesser-intentionที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991)

2. ทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory)

แรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความปรารถนาหรือแนวโน้มในการวางแผนการทำงานของบุคคลที่ต้องการความเป็นอิสระและเป็นนายของตนเอง (Johnson, 1990) โดยบุคคลที่มีแรงจูงใจในการผู้ประกอบการในระดับที่สูงกว่าบุคคลทั่วไป มีแนวโน้มที่แน่นอนในการมุ่งเน้นเป็นผู้ประกอบการในอนาคตมากตามไปด้วย (Shane et al., 2003) โดยผลจากการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณจาก 41 บทความที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการของ Collins et al. (2004) พบว่า แรงจูงใจต่อการผู้ประกอบการเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกเส้นทางอาชีพในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยในการศึกษานี้ แรงจูงใจต่อการผู้ประกอบการจะหมายถึง การได้รับการสนับสนุนทางการศึกษา (Educational Support) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สถาบันทางการศึกษาที่บุคคลได้ศึกษาเล่าเรียน มีสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ รวมทั้งทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และองค์ความรู้เพิ่มเติมที่มีความหลากหลายแบบพหุวิทยาการ (Multidisciplinary) ทั้งนี้เพราะว่าจากการศึกษาของ Turker & Selcuk (2009) พบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ แรงจูงใจต่อการผู้ประกอบการในการศึกษานี้ยังรวมถึงการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ซึ่งหมายถึง การมีแหล่งสนับสนุนที่ดี ทั้งนี้เพราะว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องเป็นบุคคลที่รู้จักการสร้างเครือข่าย สามารถเข้าถึงแหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตนเอง โดย Turker & Selcuk (2009) ได้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบุคคลที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนสนิทจะเกิดระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่สูงมากกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งการสนับสนุนทางสังคมอาจจะอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนทางอารมณ์ หรือการสนับสนุนด้านเงินทุนจากเพื่อนและครอบครัว (Honig & Davidsson, 2000) รวมทั้งการที่บุคคลเกิดการรับรู้ว่ามีผู้ปกครอง หรือสมาชิกในครอบครัวมีความเต็มใจที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจและเงินทุนที่จำเป็นสำหรับเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ ซึ่งส่งผลให้บุคคลเกิดแรงจูงใจ กระตือรือร้นที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ในอนาคต (Ismail et al., 2009)

3. ปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

จากทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) และวิธีวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ตามที่กล่าวข้างต้น จะถูกใช้เป็นการรอบสำหรับกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและตัวแปรที่ต้องการตรวจสอบ จากกลุ่มตัวอย่าง โดยรายละเอียดของแต่ละตัวแปรมีดังต่อไปนี้

การสนับสนุนทางการศึกษา (Educational Support) หมายถึง การที่สถาบันทางการศึกษามีสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีมีความรู้ ความเข้าใจในการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และองค์ความรู้เพิ่มเติมที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้เพราะว่ามีหลักฐานแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่มีแนวโน้มที่จะล้มเหลวในปีแรก อันเนื่องมาจากการขาดการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (Robb & Fairlie, 2006) โดย Turker & Selcuk (2009) พบว่า นอกเหนือจากการได้รับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานธุรกิจและเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีในระหว่างที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย การสนับสนุนทางการศึกษายังช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอาชีพที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจท่ามกลางสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้สำหรับแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

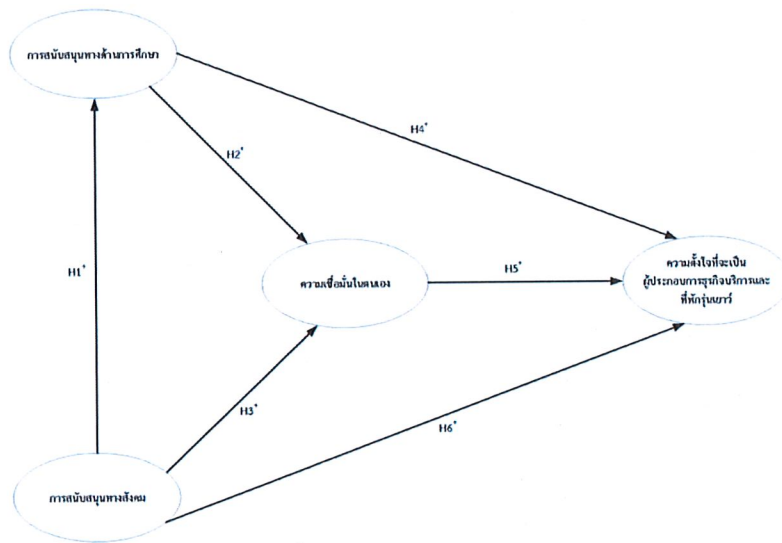
การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) หมายถึง การมีแหล่งสนับสนุนที่ดี ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น มักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตนเอง โดย Turker & Selcuk (2009) พบว่า กลุ่มคนที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนสนิทจะเกิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการสนับสนุนทางสังคมอาจจะอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนทางอารมณ์ หรือการสนับสนุนด้านเงินทุนจากเพื่อนและครอบครัว (Honig & Davidsson, 2000) เป็นต้น ทั้งนี้ Ismail et al. (2009) ได้ชี้ให้เห็นว่า การที่บุคคลเกิดการรับรู้ว่ามีผู้ปกครอง หรือสมาชิกในครอบครัว มีความเต็มใจที่ให้การสนับสนุนทั้งกำลังใจและเงินทุนที่จำเป็นสำหรับเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ จะส่งผลให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ที่คาดว่าจะประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอนในอนาคต

ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confidence) หมายถึง การกล้าตัดสินใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความมั่นใจ กล้าแสดงออก สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง พึ่งพาตนเอง และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ เพื่อให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้กับกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีสามารถเริ่มต้นจากครอบครัวซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดี และสถาบันการศึกษาที่ต้องมีการเปิดโอกาสให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนได้ทดลองทำสิ่งต่าง ๆ อย่างอิสระ ตามความต้องการ และความสนใจของตนเอง ภายใต้การสนับสนุน การให้ช่วยเหลืออย่างเหมาะสม ทั้งนี้ความเชื่อมั่นในตนเองได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสินทรัพย์ที่มีความสำคัญที่บุคคลหนึ่งพึงจะไว้เพื่อช่วยให้ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (Twibell et al., 2008)

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า (Young Service and Lodging Business Entrepreneurial Intention) หมายถึง ความตระหนักและความมั่นใจของกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่นซีว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างธุรกิจและมีแผนที่จะทำธุรกิจบริการและที่พักในอนาคต โดยความตั้งใจถือว่าเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจ เนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำในอนาคต (Fishbein & Ajzen, 2010)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนทางการศึกษาด้านการศึกษา
H2	การสนับสนุนทางการศึกษาด้านการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
H3	การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง
H4	การสนับสนุนทางการศึกษาด้านการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า
H5	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า
H6	การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งภายหลังจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชันซี ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา โดยเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาทางด้านการบริหารธุรกิจ จากสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ Hair et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีชี้วัด ในการศึกษาวิจัยมีแบบสอบถาม 19 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 190 ตัวอย่าง แต่จากงานวิจัยของ Boomsma & Hoogland (2001) กล่าวว่า “การวิเคราะห์โดยใช้ SEM การมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่า 200 คน ถือว่าเพียงพอที่จะหลีกเลี่ยงการเกิดปัญหาการไม่บรรจบกัน (Non Convergence) ได้” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ 200 ตัวอย่าง ตามจำนวนขั้นต่ำที่ Boomsma & Hoogland (2001) ได้กำหนดไว้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณหรือแบบเจาะจง (Judgment Sampling) โดยการกำหนดเงื่อนไขของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งต้องเป็นผู้ที่เกิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาทางด้านการบริหารธุรกิจ และมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักในอนาคต โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามเบื้องต้น (Screen Question) จำนวน 3 ข้อ เพื่อคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม สนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชันซี จำนวน 19 ข้อคำถาม โดยผู้วิจัยดัดแปลงจากงานวิจัยของ Parnell et al. (1995); Kolvereid & Isaksen (2006); Liñán & Chen (2009); Turker & Selcuk (2009); McGee et al. (2009); Malebana & Swanepoel (2014) โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถาม งานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถามหลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้วทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ทุกข้อนั้นมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.89 และทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่าความเชื่อมั่นตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดยอมรับได้ (Hair et al., 2010) ในที่นี้ตัวแปร SEL 2 (ท่านไม่ชื่นชอบที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่นหรือเพื่อผู้อื่น) และ SEL 4 (ท่านคิดว่าท่านเหมาะสมที่จะทำงานในองค์กรเล็ก ๆ มากกว่าองค์กรที่มีขนาดใหญ่) มีค่าไม่ถึงเกณฑ์จึงตัดออกไป และคำนวณค่าความเชื่อมั่นใหม่ได้ระหว่าง 0.776 - 0.950 รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้งเพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษาก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่นซี โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบฟอร์มกูเกิล (Google Form) และสเปรดชีตกูเกิล (Google Spreadsheet) เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถาม และทำการกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเครือข่ายสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยเริ่มทำการสำรวจตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2562 หลังจากที่ได้รับคำตอบกลับของข้อมูลกลับมาในระบบออนไลน์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ โดยการนำข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างไปพิจารณาความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามเพื่อทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) ข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) การกระจายแบบปกติ (Normal) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) ซึ่งจากการทดสอบ พบว่า ข้อมูลไม่มีส่วนใดขาดหาย มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทั้งหมด โดยมีการกระจายแบบเบ้ซ้ายที่มีความเบ้อยู่ในช่วงมากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเป็นเชิงปริมาณเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Comparative Design) ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (A Partial Least Square Structural Equation Modeling) ด้วยโปรแกรม SmartPLS 3.0 (Ringle et al., 2015) ซึ่งมีความยืดหยุ่นทางด้านกรยอมรับเชิงโครงสร้างมากกว่า รวมถึงเหมาะกับการวิจัยที่มีการพัฒนากรอบการวิจัยใหม่ ๆ ที่อาจยังไม่มีทฤษฎีหรืองานวิจัยเชิงประจักษ์รองรับ (Lin et al., 2014) และมีความยืดหยุ่นสำหรับการกระจายของข้อมูลที่ไม่ต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติ (Blome et al., 2014) รวมถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่จำเป็นต้องมีจำนวนมาก (Peng & Lai, 2012) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM เนื่องจากโมเดลมีความซับซ้อนระดับหนึ่ง และจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของการศึกษานี้ คือ มุ่งเพื่อ

พยากรณ์ มิใช่มุ่งเน้นเพื่อทดสอบหรือเปรียบเทียบทฤษฎี โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างมี 2 รูปแบบ คือ

1. การวิเคราะห์โมเดลการวัด

1.1 การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรโดยการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Indicator Loadings) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Hair et al., 2014)

1.2 การประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency) โดยการคำนวณค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2014)

1.3 การประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการคำนวณค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่าอย่างน้อย 0.50 (Hair et al., 2014)

1.4 การประเมินความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อแสดงว่าตัวแปรในแต่ละโมเดลการวัดสามารถชี้วัดองค์ประกอบได้เฉพาะโมเดลการวัดของตัวเอง พิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ ควรมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Fornell & Larcker, 1981)

2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2.1 การวิเคราะห์คุณภาพรวมของโมเดล โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination: R^2) และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ซึ่งหากมีค่าต่ำกว่า 0.25 แสดงว่าโมเดลมีคุณภาพต่ำ หากมีค่าตกอยู่ประมาณ 0.50 แสดงว่ามีคุณภาพปานกลาง และหากมีค่าตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป แสดงว่ามีคุณภาพสูง (Hair et al., 2014)

2.2 การวัดจากค่าการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งควรมีค่ามากกว่าศูนย์ โดยถ้าค่า Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.02 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในขณะที่ Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และหากค่า Q^2 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.35 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูง (Hair et al., 2013)

2.3 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) ต้องมีค่า f^2 มากกว่า 0.02 ในขณะที่ค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.02 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายต่ำ ถ้าหากค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายปานกลาง และหากค่า f^2 มากกว่าหรือเท่ากับ 0.35 หมายถึง มีผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนายสูง (Hair et al., 2013)

2.4 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient: β) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.00 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 55.00 ในสาขาวิชาทางการบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.00 ในภาพรวมมีรายได้ส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 5,000-8,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.50 และส่วนใหญ่กลุ่มคนในครอบครัวที่ไม่มีพื้นฐานการทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 81.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ค่าน้ำหนักทุกตัวแปร โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักที่ควรจะมีค่าสูงกว่า 0.70 จากตารางที่ 2 พบค่าน้ำหนักระหว่าง 0.721- 0.891และความสามารถอธิบายของแต่ละตัวแปรพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 หรือหมายถึงตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้มากกว่าร้อยละ 50 พบว่าตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ดังกล่าว โดยสามารถอธิบายได้สูงสุดร้อยละ 88.60 และอธิบายได้ต่ำสุดร้อยละ 68.60 เมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.70 มีค่าระหว่าง 0.864 - 0.911 ขณะเดียวกันการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบที่ต้องผ่านเกณฑ์ 0.50 พบว่ามีค่าระหว่าง 0.594 - 0.760 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันภายในและสามารถอธิบายรูปแบบการวัดในองค์ประกอบของตนได้ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	t Statistics	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน
การสนับสนุนทางด้านการศึกษา (ESP)	ESP1	0.818	28.155*	0.845	0.896	0.683
	ESP2	0.837	31.328*			
	ESP3	0.832	29.642*			
	ESP4	0.819	26.128*			
การสนับสนุนทางสังคม (RTP)	RTP1	0.853	28.763*	0.686	0.864	0.760
	RTP2	0.891	56.749*			

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (ต่อ)

องค์ประกอบ	ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	t Statistics	ค่าความเชื่อมั่น	ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL)	SEL1	0.721	15.876*			
	SEL2	0.767	18.691*			
	SEL3	0.749	16.052*			
	SEL4	0.781	27.228*	0.886	0.911	0.594
	SEL5	0.825	28.845*			
	SEL6	0.770	19.641*			
	SEL7	0.776	22.003*			
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักชุมชนเยาว์ (SLEI)	SLEI1	0.777	17.346*			
	SLEI2	0.800	24.911*			
	SLEI3	0.807	24.010*			
	SLEI4	0.789	20.788*	0.882	0.911	0.630
	SLEI5	0.789	22.343*			
	SLEI6	0.799	25.676*			

หมายเหตุ * $t\text{-value} \geq 2.58$ (significance level = 1%)

ตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้

องค์ประกอบ	Correlation Matrix			
	ESP	RTP	SEL	SLEI
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	0.826			
การสนับสนุนทางสังคม (RTP)	0.773	0.872		
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL)	0.692	0.649	0.770	
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจฯ (SLEI)	0.738	0.609	0.762	0.793

จากตารางที่ 3 ค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้สูงกว่าค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น องค์ประกอบการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.826 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.692 - 0.773 และการสนับสนุนทางสังคม (RTP) มีค่ารากที่สองของ AVE เท่ากับ 0.872 ซึ่งสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นที่มีค่าระหว่าง 0.609 - 0.649 เป็นต้น ดังนั้น โมเดลดังกล่าวจึงมีความตรงเชิงจำแนกและสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 (Hair et al., 2011) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 1.375 – 2.043 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอก

องค์ประกอบทำนาย	VIF
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	1.895
การสนับสนุนทางสังคม (RTP)	1.375
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL)	1.924
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI)	2.043

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานสำหรับการประเมินตัวแบบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping ซึ่งกระบวนการ Bootstrapping จะใช้ในการหาช่วงความเชื่อมั่นของการประมาณค่าพารามิเตอร์หาค่าเฉลี่ยและความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของแต่ละพารามิเตอร์เพื่อใช้วิเคราะห์ผลทางสถิติ (Helm et al., 2010; Henseler & Sarstedt, 2013; Hair et al., 2014) และใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำข้อมูลที่เก็บได้เพิ่มเติมเพื่อสร้างเป็นชุดข้อมูลใหม่โดยจำนวนชุดที่ได้จากการสุ่มซ้ำโดยทั่วไปจะกำหนดจำนวน 5,000 ชุด (Hair et al., 2011; Wong, 2013)

การทดสอบสมมติฐานด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้นจะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner model มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-Statistics มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติคือ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย โดยสามารถอธิบายตามกลุ่มความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การสนับสนุนทางการศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนทางการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จึงทำให้สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า การสนับสนุนทางสังคมอธิบายความแปรปรวนของการสนับสนุนทางการศึกษา (R^2) ได้ร้อยละ 59.80 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 59.60 อยู่ในระดับปานกลาง

และเมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง พบว่า ตัวแปรอิสระการสนับสนุนทางการศึกษา และการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จึงทำให้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

พบว่า การสนับสนุนทางด้านการศึกษาและการสนับสนุนทางสังคมร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความเชื่อมั่นในตนเอง (R^2) ได้ร้อยละ 51.10 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 50.70 อยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ พบว่า ตัวแปรอิสระความเชื่อมั่นในตนเองและการสนับสนุนทางด้านการศึกษามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่การสนับสนุนทางสังคมไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ ดังนั้น จึงทำให้สนับสนุนสมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 และปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และการสนับสนุนทางสังคมยังร่วมกันอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (R^2) ได้ร้อยละ 66.60 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 66.10 อยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สามารถสรุปผลได้ดังรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

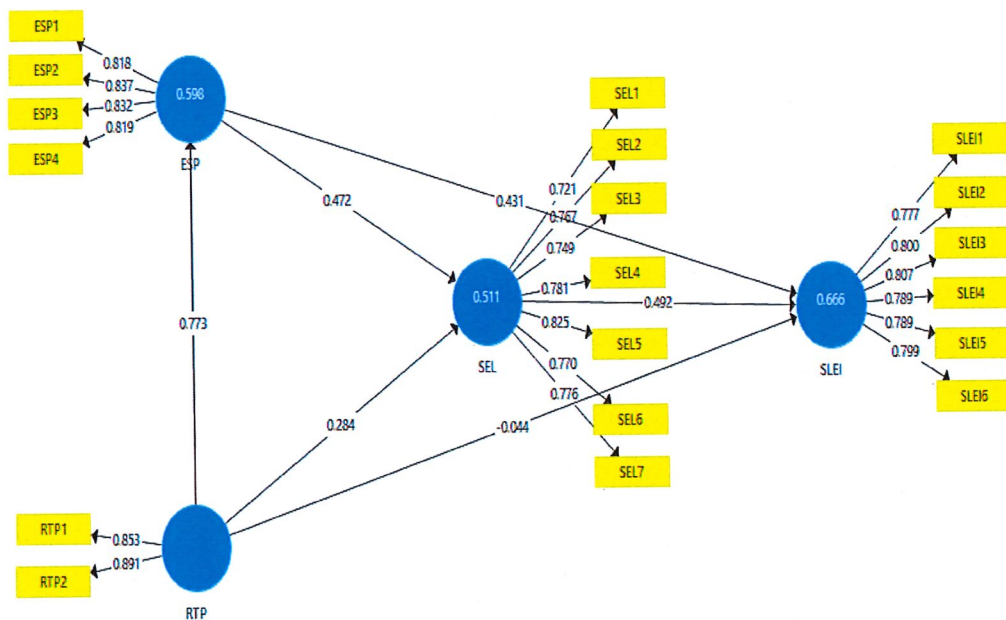
สมมติฐาน	Path	Path Coefficient t	S.D.	t Statistics	p-Value	ผลการทดสอบ
H1	การสนับสนุนทางสังคม --> การสนับสนุนทางด้านการศึกษา	0.773	0.051	15.210*	0.000**	สนับสนุน
H2	สนับสนุนทางด้านการศึกษา -> ความเชื่อมั่นในตนเอง	0.472	0.073	6.507*	0.000**	สนับสนุน
H3	การสนับสนุนทางสังคม --> ความเชื่อมั่นในตนเอง	0.284	0.081	3.529*	0.000**	สนับสนุน
H4	สนับสนุนทางด้านการศึกษา -> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์	0.431	0.092	4.707*	0.000**	สนับสนุน

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Path	Path Coefficient t	S.D.	t Statistics	p-Value	ผลการทดสอบ
H5	ความเชื่อมั่นในตนเอง --> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์	0.492	0.099	4.993*	0.000**	สนับสนุน
H6	การสนับสนุนทางสังคม --> ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์	-0.044	0.077	0.570	0.569	ไม่สนับสนุน

*|t| >= 1.96, **p-value < 0.001

รายละเอียดของผลการวิจัยแสดงดังภาพที่ 2 แสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Path Coefficient



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วนของอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม สนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ ของกลุ่มวัยรุ่นเจนเนอเรชั่นซี

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า การสนับสนุนทางสังคม อธิบายความแปรปรวนของการสนับสนุนทางการศึกษา (R^2) ได้ร้อยละ 59.80 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 59.60 อยู่ในระดับปานกลาง โดยการสนับสนุนทางการศึกษา และการสนับสนุนทางสังคม ยังกันร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความเชื่อมั่นในตนเอง (R^2) ได้ร้อยละ 51.10 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 50.70 อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ การสนับสนุนทางการศึกษา การสนับสนุนทางสังคม และความเชื่อมั่นในตนเอง ยังร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้าของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ (R^2) ได้ร้อยละ 66.60 และค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj}) ร้อยละ 66.10 อยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ยังยืนยันคุณภาพของสมการโครงสร้างด้วยค่าดัชนีความเหมาะสม (Fit Indexes) ด้วยการทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Cross-Validated Redundancy; Q^2) ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ (0.278 – 0.384) โดยในภาพรวมพบว่า คุณภาพของสมการโครงสร้างมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางถึงระดับสูง ดังแสดงในตารางที่ 7

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อความแม่นยำในการทำนาย (Effect Size หรือ f^2) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 2 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางสังคม (RTP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ($f^2 = 1.488$) และผลกระทบของความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า (SLEI) ($f^2 = 0.354$) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 2 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า (SLEI) ($f^2 = 0.189$) และผลกระทบของการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ($f^2 = 0.184$) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ มีผลกระทบอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางสังคม (RTP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ($f^2 = 0.066$) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictor) และตัวแปรตอบสนอง (Response) จำนวน 1 คู่ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ ผลกระทบของการสนับสนุนทางสังคม (RTP) ต่อความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักพร้อมอาหารเช้า (SLEI) ($f^2 = 0.002$) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่า Effect Size

ตัวแปรทำนาย (Predictor)	ESP	RTP	SEL	SLEI
การสนับสนุนทางการศึกษา (ESP)	-	-	0.184	0.189
การสนับสนุนทางสังคม (RTP)	1.488	-	0.066	0.002
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL)	-	-	-	0.354
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการฯ รุ่นเยาว์ (SLEI)	-	-	-	-

หมายเหตุ: ค่า $f^2 \geq 0.02$ มีผลกระทบระดับต่ำ; $f^2 \geq 0.15$ มีผลกระทบระดับปานกลาง; $f^2 \geq 0.35$ มีผลกระทบระดับสูง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล พบว่า การสนับสนุนทางสังคม (RTP) มีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) ($\beta=0.773$, $t=15.210$, $p=0.000$) และความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ($\beta=0.284$, $t=3.529$, $p=0.000$) และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI) ($\beta=-0.653$, $t=9.191$, $p=0.000$) และความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ($\beta=0.365$, $t=6.102$, $p=0.000$) ตามลำดับ โดยการสนับสนุนทางการศึกษา (ESP) มีอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ($\beta=0.472$, $t=6.507$, $p=0.000$) และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI) ($\beta=0.431$, $t=4.707$, $p=0.000$) และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI) ($\beta=0.232$, $t=3.555$, $p=0.000$) ตามลำดับ นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI) ($\beta=0.492$, $t=4.993$, $p=0.000$) ในขณะที่การสนับสนุนทางสังคม (RTP) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ (SLEI) ($\beta=-0.044$, $t=0.570$, $p=0.569$) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของตัวแปรอิสระ

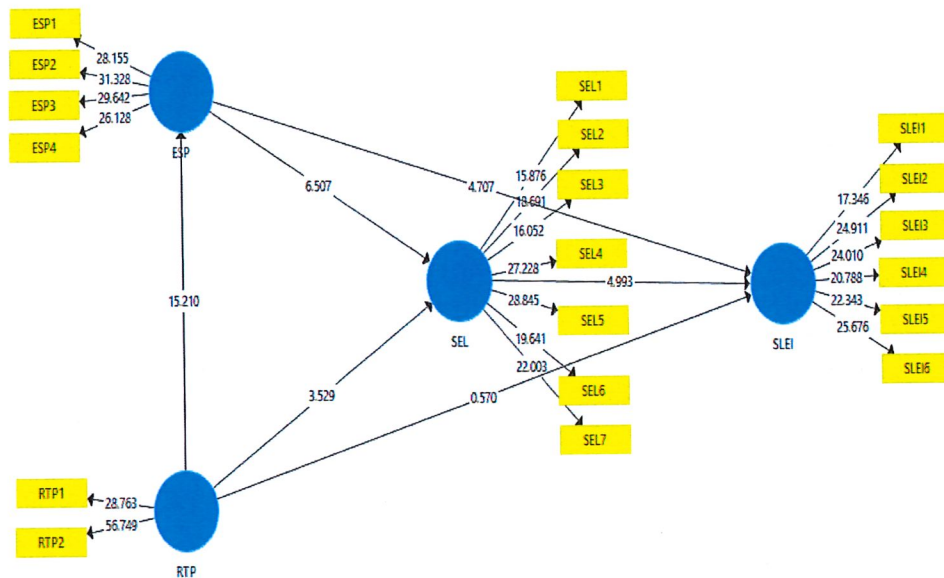
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่าความผันแปร (R^2)	ค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj})	การทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Q^2)	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)		
					ESP	SEL	RTP
การสนับสนุนทางด้านการศึกษา (ESP)	0.598	0.596	0.381	ทางตรง	-	-	0.773
				ทางอ้อม	-	-	*
				รวม	-	-	0.773

ตารางที่ 7 อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่าความผันแปร (R^2)	ค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายที่ปรับแล้ว (R^2_{adj})	การทำนายความแม่นยำของรูปแบบเส้นทาง (Q^2)	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)		
ความเชื่อมั่นในตนเอง (SEL)	0.511	0.507	0.278	ทางตรง	0.472*	-	0.284*
				ทางอ้อม	-	-	0.365*
				รวม	0.472	-	0.649
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบฯ (SLEI)	0.666	0.661	0.384	ทางตรง	0.431*	0.492*	-0.044
				ทางอ้อม	0.232*	-	0.653*
				รวม	0.663	0.492	0.609

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์ค่าสถิติ t ซึ่งต้องมีนัยสำคัญคือ $|t| \geq 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามภาพที่ 3 เป็นไปตามการอภิปรายผลตามการทดสอบสมมติฐาน การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนทางการศึกษา โดยการสนับสนุนทางการศึกษาและการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเอง นอกจากนี้ การสนับสนุนทางการศึกษาและความเชื่อมั่นในตนเองยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเจนเอเรชั่นซี ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งผลแสดงค่าสถิติ t ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่วิเคราะห์ได้จากโปรแกรม SmartPLS แสดงค่า t-value

อภิปรายผล

ผลที่ได้รับจากการวิจัย พบว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสนับสนุนทางการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าการที่กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซ์ ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา โดยคนกลุ่มนี้เกิดมาในยุคที่มีความพร้อมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างไร้พรมแดน ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยและกำลังจะสำเร็จการศึกษาดำรงชีวิตอยู่ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อนที่ดีจะมีโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นหรือในสถาบันที่ดี มีชื่อเสียงด้านการเรียนการสอน โดยครอบครัวที่ดีจะมีการให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และสนับสนุนด้านทุนการศึกษาให้กับกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซ์ส่งผลให้มีโอกาสการเข้าศึกษาในสถาบันที่มีคุณภาพ มีหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หรือตรงกับความสนใจของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Honig & Davidsson (2000); Baughn et al. (2006). พบว่า นักศึกษาที่จะประสบความสำเร็จในการเรียนได้ดี จะต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมทางครอบครัวที่เหมาะสม โดยผู้ปกครองมีการแบ่งปันเวลาให้แก่บุตรหลาน หาวิธีการช่วยเหลือเอาใจใส่เพื่อจะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการเรียน อาจส่งเสริมสนับสนุนการเรียนด้วยกลวิธี และแรงจูงใจต่างๆ อย่างจริงจัง จะส่งผลให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้สูง นอกจากนี้ Ismail et al. (2009) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน มีปัญหาการเรียนน้อย ทั้งนี้เพราะการมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อน โดยการทำงานร่วมกัน และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่เพื่อน มีอิทธิพลต่อผู้เรียนเป็นอย่างมาก หากผู้เรียนและเพื่อนในกลุ่มเดียวกันมีความใส่ใจในการเรียน ช่วยเหลือกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเรียน ความห่วงใยใกล้ชิดสนิทสนมซึ่งกันและกัน ชักชวนกันศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ทบทวนบทเรียนให้แก่กันและกัน ทำกิจกรรมร่วมกันในกลุ่มเพื่อน จะทำให้มีแนวโน้มการแสดงพฤติกรรมทางการเรียนที่ดี เพราะผู้เรียนที่มีความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ดี มีการยอมรับทางสังคมในกลุ่มเพื่อนที่ดี จะทำให้มีความมั่นใจ รู้สึกอบอุ่นมั่นคง เกิดความเชื่อมั่นใน

ตนเอง และส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นสร้างธุรกิจเป็นของตนเองตามไปด้วย (Henderson & Robertson, 2000; Turker & Selcuk, 2009).

โดยการสนับสนุนทางด้านการศึกษายังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ที่มากที่สุด รองลงมาคือ การสนับสนุนทางสังคม สะท้อนให้เห็นว่าการที่กลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นจากสถาบันการศึกษาที่มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี มีการสอนแบบกลุ่ม การจำลองบทบาทของผู้เรียน รวมถึงการมีบุคคลากรด้านการศึกษาที่ดี การอำนวยความสะดวกต่อความสนใจของผู้เรียน จัดหาอุปกรณ์การสอนที่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้สึกลดลง มีความมั่นคงทางอารมณ์ เกิดการกระตุ้นการเรียนรู้ รวมถึงจะได้รับการเรียนการสอนที่รอบด้านและครอบคลุมกับหลาย ๆ เนื้อหาจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นขณะศึกษา การได้รับความรู้ การสร้างประสบการณ์ การร่วมกันทำชิ้นงานที่ได้รับมอบหมายทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคล ทำให้สามารถนำความรู้ที่มีมาใช้ตัดสินใจปัญหาที่เผชิญ หรือตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติ และมีความมั่นใจในการคิดสิ่งต่าง ๆ ที่มีความแปลกใหม่หรือริเริ่มทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง (Lafuente et al., 2014; Mwoma & Pillay, 2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gorman et al. (1997); Henderson & Robertson (2000); Galloway & Brown (2002) พบว่า การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบกลุ่มสัมพันธ์ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เข้าใจตนเอง และเห็นคุณค่าของตนเอง จนนำไปสู่การสร้างความมั่นใจในตนเองของผู้เรียนในที่สุด นอกจากนี้ Wilson et al. (2007) ยังได้ชี้ให้เห็นว่าการได้รับการศึกษาและความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถเพิ่มระดับของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และยังช่วยให้บุคคลเกิดความตั้งใจและแรงบันดาลใจที่จะเริ่มต้นสร้างกิจการเป็นของตนเองเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความท้าทายใหม่ ๆ ในชีวิต ทั้งนี้การได้รับการสนับสนุนทางสังคมผ่านความสนิทสนมและไว้วางใจจากคนในครอบครัว และเพื่อนยังทำให้นักศึกษากลับตัดสินใจ รู้สึกปลอดภัย มีที่พึ่งพาเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการมีคนช่วยคิดสนับสนุนและยับยั้งเมื่อมีความเสี่ยงที่จะผิดพลาดและเกิดความตั้งใจที่จะเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างธุรกิจเป็นของตนเอง (Henderson & Robertson, 2000; Turker & Selcuk, 2009) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Turker & Selcuk (2009); Chen & He (2011); Sesen (2013) พบว่า การได้รับข้อมูล คำปรึกษา คำแนะนำจากบุคคลในครอบครัว ครู อาจารย์ หรือกลุ่มเพื่อน จะทำให้บุคคลสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงพฤติกรรมในการเข้าสังคม มีความมั่นใจในตนเองมากยิ่งขึ้น และส่งผลให้เกิดความตระหนักและความมั่นใจในตนเองว่าจะสามารถสร้างกิจการหรือประกอบธุรกิจของตนเองได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

นอกจากนี้ ยังพบว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักผ่อนหย่อนใจของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ที่มากที่สุด รองลงมาคือ การสนับสนุนทางด้านการศึกษา ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ที่กำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ระดับมหาวิทยาลัย ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะเป็นบุคคลที่มีการตั้งเป้าหมายของตัวเองได้อย่างชัดเจน เชื่อว่าการกระทำของตนจะประสบผลสำเร็จได้อย่างแน่นอน และไม่ขึ้นขอการทำงานภายใต้คำสั่งของบุคคลอื่น (Twibell et al., 2008). เป็นผลทำให้มีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dinis et al. (2013) พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง เช่น ความสามารถในการจัดการความเสี่ยง การควบคุมพฤติกรรมของตนเอง และความสามารถในการจัดการปัญหาในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนนั้น เป็น

ปัจจัยสำคัญที่ส่งต่อความสนใจใฝ่รู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและประกอบธุรกิจ และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล โดย Ferreira et al. (2012) ยังพบว่า การมีความเชื่อมั่นในตนเองพร้อมกับทัศนคติเชิงบวกต่อความต้องการบรรลุผลสำเร็จมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นอกจากนี้ การสนับสนุนทางด้านการศึกษายังเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ สะท้อนให้เห็นว่าการที่สถาบันการศึกษามีการจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่สามารถสร้างความรู้ใหม่ ตรงกับความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ที่เป็นนักศึกษาและกำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย หรือมีการจัดกิจกรรมจำลองบทบาทที่ให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมหรือตัดสินใจ จะเพิ่มความสนใจ กระตุ้นความอยากรู้ และเห็นประโยชน์จากจุดประสงค์ที่แฝงอยู่ในกิจกรรมดังกล่าว ทำให้นักศึกษามีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและมีความต้องการลงมือสร้างธุรกิจจริง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมที่สนับสนุนสำหรับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ และจัดหาหน่วยงานเพื่อรองรับการฝึกปฏิบัติอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Turker & Selcuk, (2009) พบว่า การจัดการเรียนการสอนโดยมหาวิทยาลัยเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการแก่นักศึกษาอย่างเหมาะสมจะส่งผลให้นักศึกษาเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและประกอบธุรกิจเป็นของตนเองที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ในขณะที่การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ที่เป็นนักศึกษาและกำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย และอยู่ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนที่มีการให้คำปรึกษา แนะนำ รวมถึงการสนับสนุนหรือช่วยหาข้อมูล ช่วยคิด และช่วยตัดสินใจ ไม่ได้มีส่วนสำคัญต่อการมีความคิดริเริ่มที่จะเป็นผู้ประกอบการโดยตรง ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ยังไม่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมากนัก เพราะยังขาดองค์ความรู้ และทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจเป็นของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferreira et al. (2012); Heuer & Linan (2013); Linan & Rodriguez-Cohard (2015) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคลของนักศึกษา แต่จะส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านการได้รับการสนับสนุนทางด้านการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเธอร์แลนด์ โดยสามารถนำทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวทางในการศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของ

กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ นอกเหนือจากการสนับสนุนทางการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหรือไม่ จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติของงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซี มีค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.666 ซึ่งค่านี้สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 66.60 กล่าวอีกนัยหนึ่ง นั่นคือยังมีอีกถึงร้อยละ 34.40 ที่อาจจะมียปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซี

2. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะด้านการนำไปปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ หน่วยงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการดำเนินงานทางธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการศึกษา ดังนั้น สถาบันทางครอบครัว สถาบันทางการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการให้การสนับสนุนทั้งร่างกาย แรงใจ รวมทั้งแหล่งเงินทุนที่จำเป็นแก่กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซี ซึ่งกำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้โอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และได้รับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์และสร้างธุรกิจใหม่ด้วยตนเอง โดยเน้นที่การเรียนรู้ผ่านทางกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน ทั้งจากครอบครัวของนักศึกษา กลุ่มเพื่อนสมาชิก และเครือข่ายทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยเกิดความคิดที่สร้างสรรค์ มีความต้องการหรือแรงบันดาลใจที่จะสร้างธุรกิจบริการและที่พักใหม่ ๆ พร้อมกับพัฒนาขีดความสามารถสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจบริการและที่พักในอนาคต อันจะส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมีการพัฒนาความสามารถเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พัก ที่สามารถสรรค์สร้างนวัตกรรมด้านการบริการที่มีความแปลกใหม่และมีคุณค่ามากกว่าผู้ประกอบการแบบดั้งเดิมได้โดยทันทีหลังจากสำเร็จการศึกษา

2.2 จากผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตนเองของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซี รองลงมาคือ การสนับสนุนทางสังคม ดังนั้น สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแก่กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทยแลนด์ 4.0 ของหน่วยงานภาครัฐ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนทางการเข้าถึงเครือข่ายทางสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พัก ตลอดจนหน่วยงานที่เป็นพี่เลี้ยง คอยให้คำแนะนำ ปรึกษาที่จำเป็น อีกทั้งยังรวมถึงช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมองเห็นช่องทาง โอกาส และความเป็นไปได้ที่ตนเองจะได้รับการสนับสนุนจนเกิดความมั่นใจในความสามารถของตนเอง

และปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ที่ประสบความสำเร็จในอนาคต และสามารถเป็นกำลังขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจบริการของประเทศไทยต่อไป

2.3 จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซ์ซี รองลงมาคือ การสนับสนุนทางการศึกษา ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการศึกษา ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต่าง ๆ ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแก่กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซ์ซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัย โดยการเน้นและปลูกฝังให้เป็นบุคคลผู้ที่มีกำลังใจให้ตนเองสูง ไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งคุณสมบัตินี้จะทำให้คนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่นตามไปด้วย พร้อมกับการสนับสนุนทางการศึกษาเพื่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการและที่พักที่ตนเองต้องการสร้างขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะว่าผู้ประกอบการที่ดีจะต้องรู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนคืออะไร เมื่อเทียบกับคู่แข่งมีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไรบ้าง มีทักษะการวางแผนงานที่เป็นระบบ โดยเฉพาะการวางแผนธุรกิจเพื่อชี้ให้เห็นว่าจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร โดยใคร เมื่อใด ใช้เงินทุนเท่าใด จะได้ผลอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่ และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตได้เป็นอย่างดี มีความสามารถในการบริหารการเงินการบัญชีและการตลาด เช่น การตรวจสอบฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อที่จะได้รู้ปัญหาและหนทางในการแก้ไขปัญหาก่อนได้ และวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้ รวมถึงการพัฒนาความสามารถในการมองเห็นสภาพของการแข่งขันของธุรกิจบริการและที่พักในอนาคตได้นอกจากนี้ การที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องทั้งลงทุนและลงแรง ต้องทำงานหนักแทบไม่จะมีวันหยุด เพราะต้องวางแผนตัดสินใจ ดำเนินการ แก้ไขปัญหาอยู่เกือบตลอดเวลา ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการสนับสนุนจากทางครอบครัว และมีแหล่งสนับสนุนที่ดี เพราะว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น มักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตน เช่น ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญ ได้รับการยอมรับจากผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจเดียวกันที่สามารถสนับสนุนแนวคิด และวิธีการแก้ไขปัญหาในลักษณะที่คล้ายกัน สถาบันการเงินที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเงินทุนและการขยายกิจการ เป็นต้น โดยการพัฒนาตนเองให้มีเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวาง จะช่วยทำให้มีที่ปรึกษามากในการขอความสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ในอนาคต ซึ่งถ้าหากปฏิบัติได้ดังที่กล่าวว่าจะช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นเนอเรนซ์ซีที่กำลังศึกษาเล่าเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง และเกิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นสร้างธุรกิจบริการและที่พักรายใหม่ที่สูงขึ้นตามไปด้วย อันจะส่งผลให้กลายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและบริการรุ่นเยาว์ที่เป็นกำลังขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยให้เจริญเติบโต และก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาด้านอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางด้านการศึกษา และความเชื่อมั่นในตนเองต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซี จาก 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Motivation Theory) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาใช้อธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซี ซึ่งในอนาคตอาจจะมีปัจจัยจากแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่ออธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นจากกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซี ซึ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ไม่ได้ศึกษาวิเคราะห์ระดับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซี ไม่ได้เก็บข้อมูลในช่วงอายุอื่น ๆ ที่อาจจะต้องมีความซับซ้อนและใช้เวลาในการวิจัยมากยิ่งขึ้น และงานวิจัยดำเนินการวิจัยในประเทศไทย ดังนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการอ้างอิง ต้องระมัดระวังถึงข้อจำกัดทางด้านประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปด้วย

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลาย ๆ แนวทางดังนี้

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการทำวิจัยแบบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้วิธีเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้วิธีเชิงคุณภาพมาเสริมเพื่อขยายความ และเพิ่มความลุ่มลึกของข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือวิธีการอื่น ๆ ตามความเหมาะสม
2. ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากขึ้น โดยขยายไปยังพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กว้างขึ้นในประเทศไทย เพื่อความชัดเจนของข้อมูลในเชิงความหมาย และปัจจัยเชิงเหตุมากขึ้น และใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซีให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน
3. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นเนอเรชั่นซี เช่น คุณลักษณะผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อให้มีความสามารถในการทำนายที่เพิ่มขึ้น
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการและที่พักรุ่นเยาว์ของกลุ่มวัยรุ่นอื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- Deeaum, C. (2012). kānsūsān radap prasāt wittahaya phūā sāng nawatkamkān rianrū samrap chēnōērechan sēt. [Neurological communication to create learning innovation for the Generation Z]. Ph.D. Thesis (Unpublished). Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathumthani.
- ชาญชัย ดีอ่วม. (2555). การสื่อสารระดับประสาทวิทยาเพื่อสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเจนเอเรชั่นแซด วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ (ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปทุมธานี.
- Department of Industrial Promotion. (2016). yutthasāt kānphatthana 'utsāhakam Thai 4.0 raya yīsip pī (Phō.Sō. sōngphanhārōjhoksip - sōng phan hāra 'aya chet sip kao) [Thai industry development strategy 4.0 for 20 years plan]. Bangkok: Ministry of Industry.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579). กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- Mesinsee, S. (2015). Thailand 4.0 : 'anākhōt prathēt Thai [Thailand 4.0: The future of Thailand]. Retrieved April 7, 2019 from <https://www.kasikornbank.com/th/Download/specialregisterform/Thailand-4.0.pdf>
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2558). Thailand 4.0: อนาคตประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornbank.com/th/Download/specialregisterform/Thailand-4.0.pdf>
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2015). 'ēkkasān prakōp kān prachum pracham pī sōngphanhārōjhasippæt khōng สศช. thitthāng phāen phatthana sētthakit læ sangkhom hāng chāt chabap thī sipsōng (Phō.Sō. sōngphanhārōjhoksip - sōngphanhārōjhoksipī) [Document for the 2015 Annual Meeting of NESDB, National Economic and Social Development Plan No. 12 (2017-2021)]. Bangkok: Sri Muang Press Co., Ltd.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2558 ของ สศช. ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพมหานคร: บริษัทศรีเมืองการพิมพ์ จำกัด.
- Pattarawanich, U. (2014). thasankhathi thāng phēt khōng prachākōk run mai [Sexual attitudes of the new generation population]. In Worrasiriamorn, Y., Rittirong, J., Chuanwan, S., Hanjansith, P. (Editor). prachākōk læ sangkhom sōngphanhārōjhasipchēt : kān kōēt læ khwāmmanhong nai prachākōk læ sangkhom [Population and society 2014: Birth

- and security in the population and society] (233-249). Nakhornpathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University, 2014.
- อุมาภรณ์ ภักทรวาณิชย์. (2557). ทศนคติทางเพศของประชากรรุ่นใหม่. ในยุพิน วรสิริอมร, จงจิตต์ ฤทธิรงค์, ศุทธิดา ขวนวัน, พจนา หันจางสิทธิ์ (บรรณาธิการ). ประชากรและสังคม 2557: การเกิดและความมั่นคงในประชากรและสังคม (233–249). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557.
- Sornmanee, K. (2016). *kānchatkān sapphayākōṅ manut thāmklāng krasæ lōkāphiwat* [Human resource management amid globalization]. *Panyapiwat Journal*, 8(1): 275-287.
- กัญชพร ศรีมณี. (2559). “การจัดการทรัพยากรมนุษย์ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์”. *Panyapiwat Journal*, 8(1): 275-287.
- Triphopskul, S., & Chuchatphong, S. (2014). “*bæpčamlōng kānphatthana sangkhom khwāmpen phūprakōpkān læ nawattakam nai prathēt Thai* [The model of entrepreneurship and innovation society development in Thailand]”. *Executive Journal*, 34(2): 26-36.
- สุชาติ ไตรภพสกุล และสหทัยา ชูชาติพงษ์. (2557). “แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย”. *วารสารนักบริหาร*, 34(2): 26-36.

ภาษาต่างประเทศ

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M., (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Baughn, C.C., Chua, B.L., & Neupert, K.E. (2006). The normative context for women’s participation in entrepreneurship: a multicountry study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5). 687-708.
- Blome, C., Hollos, D., & Paulraj, A. (2014). Green procurement and green supplier development: Antecedents and effects on supplier performance. *International Journal of Production Research*, 52(1). 32-49.
- Bolton, D.L., & Lane, M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education+Training*, 54(2/3). 219-233.

- Boomsma, A., & Hoogland, J. J. (2001). The robustness of LISREL modeling revisited. In R. Cudeck, S. du Toit, & D. Sörbom (Eds.), *Structural equation modeling: Present and future: A Festschrift in honor of Karl Jöreskog* (pp.139–168). Chicago: Scientific Software International.
- Chen, Y., & He, Y. (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.
- Collins, C., Hanges, P., & Locke, E.A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-analysis. *Human Performance*, 17(1). 95-117.
- Dinis, A., Paço, A.F., Ferreira, J., Raposo, M., & Rodrigues, R.G. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education+Training*, 55(8/9). 763-780.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: the reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: an application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3). 424-440.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equations with unobservable variables and measurement error. *J. Mark. Res.*, 18(1). 39–50.
- Galloway, L., & Brown, W. (2002). Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms?. *Education+Training*, 44(8/9). 398-405.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15(3). 56-77.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F. (Jr.), Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2). 139-151.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F. (Jr.), Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California, CA: Sage Publications.

- Helm, S., Eggert, A., & Garnefeld, I. (2010). Modeling the impact of corporate reputation on customer satisfaction and loyalty using partial least squares Handbook of partial least squares (pp. 515-534): Springer.
- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*, 5(6). 279-287.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2). 565-580.
- Heuer, A., & Liñán, F. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(1). 35-50.
- Honig, B., & Davidsson, P. (2000). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Academy of Management Proceedings*, 2000(August). B1-B6.
- Ismail, M., Khalid, S.A., Othman, M., Jusoff, H.K., Rahman, N.A., Kassim, K.M., & Zain, R.S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10). 54.
- Johnson, B.R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3). 39-54.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6). 866-885.
- Lafuente, M., Remesal, A., & Álvarez Valdivia, I.M. (2014). Assisting learning in e-assessment: a closer look at educational supports. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 39(4). 443-460.
- Lin, T.C., Ku, Y.C., & Huang, Y.S. (2014). Exploring top managers' innovate IT (IT) championing behavior: Integrating the personal and technical contexts. *Information and Management*, 51(1). 1-12.
- 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.
- Liñán, F., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 28(1). 77-98.

- Lesser, J. G., & Pope, D. S. (2011). *Human behavior and the social environment: theory and Practice*. 2nd ed. Boston: Allyn and Bacon.
- McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L., & Sequeira, J.M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4). 965-988.
- Malebana, M., & Swanepoel, E. (2014). The relationship between exposure to entrepreneurship education and entrepreneurial self-efficacy. *Southern African Business Review*, 18(1). pp. 1-26.
- Mwoma, T., & Pillay, J. (2016). Educational support for orphans and vulnerable children in primary schools: challenges and interventions. *Issues in Educational Research*, 26(1). 82-97.
- Parnell, J.A., Crandall, W., & Meneffee, M. (1995). Examining the impact of culture on entrepreneurial propensity. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1(1). pp. 39-52.
- Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. *Journal of Operations Management*, 30(2012). 467-480.
- Ringle, C. M., Götz, O., Wetzels, M., & Wilson, B. (2009). On the use of formative measurement specifications in structural equation modeling: A Monte Carlo simulation study to compare covariance-based and partial least squares model estimation methodologies. *METEOR Research Memoranda (RM/09/014)*.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.M. (2015). *SmartPLS 3*. Bönningstedt: SmartPLS. Retrieved February 16, 2019 from <http://www.smartpls.com>
- Robb, A.M., & Fairlie, R.W. (2006). Tracing access to financial capital among African-Americans from the entrepreneurial venture to the established business. *Research Conference on Entrepreneurship Among Minorities and Women*.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Strategy*, 5(1). 105-115.
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education+Training*, 55(7). 624-640.
- Shane, S., Locke, E.A., & Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2). 257-279.
- Turker, D., & Selcuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training*, 33(2). 142-159.

Twibell, R.S., Siela, D., Riwitis, C., Wheatley, J., Riegle, T., Bousman, D., Cable, S., Caudill, P., Harrigan, S., & Hollars, R. (2008). 'Nurses' perceptions of their self-confidence and the benefits and risks of family presence during resuscitation. *American Journal of Critical Care*, 17(2). 101-111.

UNESCO/UNDP. (2013). *Creative Economy Report 2013: widening local development pathways*. New York: United Nations.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3). 387-406.

Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1). 1-32.