



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS IN THE DIGITAL ERA
OF UNDERGRADUATE STUDENTS AT THE RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY SRIVIJAYA

นวินดา ต่างจิตตร, จุฑามาศ บุญรัมย์*, เกศินี มนต์แก้ว, สกาวรัตน์ ขุนเพชร และจุฑามาศ ปุยพรหม
Nawinda Tanjit, Jutamas Boonradsamee*, Kesinee Monkaew, Sakaorut Khunpet and Chuthamart Pouiprom

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding Author, E-mail: Jutamas.r@rmutsv.ac.th

Received December 4, 2025; Revised April 10, 2026; Accepted April 17, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และ 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษา จำนวน 659 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์พบว่า

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมในระดับมาก ปัจจัยแรงจูงใจสามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.136, 0.356 และ 0.387 ตามลำดับ ตัวแบบสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้ร้อยละ 66.30 ($R^2 = 0.663$)

2. นักศึกษาที่เรียนในคณะที่ต่างกันมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนเพื่อเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาให้มีทักษะและศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

คำสำคัญ: คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ, แรงจูงใจ, ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



Abstract

This article aimed 1) to study the factors affecting the intention to be an entrepreneur in the digital era and 2) to study the characteristics of being an entrepreneur in the digital era of undergraduate students at the Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Campus. This research employed a quantitative approach, utilizing a questionnaire as a data collection tool with a sample of 659 students. The statistics used for data analysis included numbers, percentages, means, standard deviations, multiple linear regression, and analysis of variance. The test for differences between paired means was conducted at the 0.05 significance level. The objective research results revealed that:

1. The undergraduate students at Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Campus, demonstrated a high level of motivation toward digital entrepreneurship. Motivational factors significantly predicted entrepreneurial intention at a 0.05 level of significance, with regression coefficients (β) of 0.136, 0.356, and 0.387. The model accounted for 66.30 percent accuracy ($R^2 = 0.663$) of the variance in digital age entrepreneurial intention.

2. The students studying in different faculties have different characteristics of being entrepreneurs in the digital age, as statistically significant at the 0.05 level. Pairwise comparisons showed that entrepreneurial characteristics did not differ significantly between the Faculty of Business Administration and Industrial Education, as well as between the Faculty of Architecture and Engineering.

The knowledge gained from this research can be applied to curriculum and teaching methods to prepare students with the skills and potential to become successful entrepreneurs in the future.

Keywords: Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Intentions, Motivation, Undergraduate, Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทนำ

สถาบันการศึกษารวมถึงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้มีการปรับตัวเพื่อให้ตอบรับกับการขับเคลื่อนนโยบายของชาติโดยให้ความสำคัญแก่องค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อยืนยันให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษามีทักษะที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนของโลกในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีพันธกิจสำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในปี พ.ศ. 2559 (วิลาสิณี ฉายรัตน์ตระกูล, 2563) ถัดมาในปี พ.ศ. 2561 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้มีการรวมกับสำนักคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จัดตั้งเป็นกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562)



โดยพบว่า ทักษะการเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการส่งเสริมให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีองค์ความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นส่วนสำคัญ ดังเช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2481 ปัจจุบันได้เปิดสอนหลักสูตรมากมาย เพื่อให้ครอบคลุมในทุกระดับการศึกษารับรองการขยายตัวทางศึกษาของไทยในอนาคต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มุ่งเน้นให้บัณฑิตมีความรู้ความสามารถทางด้านบริหารธุรกิจไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน และสามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้ากับการวางแผน การวิเคราะห์ การตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนกับนโยบายของภาครัฐ โดยมีการจัดตั้งสำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีพันธกิจเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร โดยใช้องค์ความรู้จากผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมเทคโนโลยี งานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยโดยมุ่งเน้นการสร้างสังคมที่ยั่งยืน พร้อมส่งเสริมการเรียนรู้ การวิจัย และพัฒนาทักษะที่เหมาะสม โดยสำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาของนักศึกษาและบุคลากร เช่น โครงการจัดการประกวดการแข่งขันเพื่อคณานักธุรกิจรุ่นใหม่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดหลักการและเทคนิคการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับผู้ประกอบการเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษามีเวทีในการนำเสนอผลงานและเกิดทักษะในการทำงานเป็นทีมร่วมกัน ส่งเสริมศักยภาพผู้เรียนสู่การเป็นพลเมืองโลกตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบมีความจำเป็นต่อการบูรณาการกับการเรียนของนักศึกษาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และปรับตัวในยุคดิจิทัล ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย” โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ปีการศึกษา 2567

บทความวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เรียนในคณะที่แตกต่างกัน ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนที่ต่างกันเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของความแตกต่างเชิงสาขาวิชา ผลการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะที่จำเป็นสอดคล้องในการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลให้เหมาะสมตามบริบทของคณะและหลักสูตร และเพื่อให้นักศึกษาซึ่งเป็นกำลังของชาติได้ตระหนักถึงทักษะการเป็นผู้ประกอบการในยุคที่โลกและสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและปัญญาประดิษฐ์



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ที่ศึกษาในคณะที่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาองค์กร โดยทฤษฎีได้ค้นหาสิ่งที่เหมาะสมเจาะจงในตัวบุคคลตั้งแต่พฤติกรรมการณ์เริ่มต้น การกำกับดูแลและการหยุดกระทำ มีการวิจัยและพัฒนา รวมไปถึงการทดสอบทฤษฎีความพึงพอใจด้านแรงจูงใจเกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึงก่อนปี ค.ศ. 1960 (Segal et al., 2005) การสนับสนุนทฤษฎีแรงจูงใจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนัก เพราะโดยทั่วไปจะเน้นการวิเคราะห์จากบุคลิกภาพของบุคคลเพื่ออธิบาย พฤติกรรมซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับ (Landy et al., 1991) นักจิตวิทยายอมรับคำอธิบายจากทฤษฎีที่กล่าวว่า พฤติกรรมส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ เรียกว่า กระบวนการแบบ พลวัต (Mischel, 2009) ในขณะที่มีนักวิจัยอย่าง Landy ในปี ค.ศ. 1989 กับ Shaver และ Scott ในปี ค.ศ. 1992 ที่เสนอทฤษฎีความหวัง (Expectancy theory) ของ Vroom ในปี ค.ศ. 1960 กลับถูกแทนที่ด้วยทฤษฎีของ Locke ในปี ค.ศ. 1968 เรียกว่า ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal-setting theory) และต่อมาในปี ค.ศ. 1977 เกิดทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ของ Bandura ในปี ค.ศ. 1986 (Shane et al., 2003) ในยุคปัจจุบัน Al Maazmi et al. (2024) ได้ระบุไว้ว่าปัจจัยวิกฤตสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบันนั้นแรงจูงใจของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอแต่ต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมทางดิจิทัล (Digital ecosystem) เช่น ความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) และความคล่องตัวของกระบวนการ (Process agility) สำหรับการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khan และ Rehman (2023) พบว่า ความคล่องตัวของผู้ประกอบการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อนวัตกรรมโมเดลธุรกิจและผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในหลายด้าน ทั้งในเรื่องความสำเร็จ อำนาจ และการสนับสนุนทางธุรกิจ และขณะเดียวกันการจัดการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญควบคู่ในการพัฒนาทักษะและทัศนคติที่จำเป็นรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างธุรกิจและประสบความสำเร็จ

2. ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ

การจัดทำหลักสูตรการศึกษาสาขา ผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ยิ่งทำให้เห็นการหาแนวทางการส่งเสริม คุณลักษณะของผู้เรียนให้มีความเป็นผู้ประกอบการยังมีความสำคัญและสอดคล้องกับทิศทางในการพัฒนาประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และจากรายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) พบว่า หลักสูตรที่สอนเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ



ไทยนั้น เน้นจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาบัณฑิตและบัณฑิตศึกษา ดังนั้นการจัดการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนานิสิตให้มีการเติบโตเกิดการเรียนรู้ มีการปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีในอนาคต ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้ การจัดการศึกษาสร้างความสามารถในการรับรู้โอกาสการแสวงหาโอกาส การสร้างความคิดใหม่ ๆ และค้นหาทรัพยากรที่จำเป็น รองรับการเป็น ผู้ประกอบการในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561)

จากข้อข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมด้านธุรกิจให้นักศึกษามีทักษะในการมองโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจโดยเพื่อหวังผลตอบแทนกำไร รวมถึงการพัฒนาความมั่นใจและสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และโอกาสที่ได้รับเหล่านั้น ถือเป็นบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา เพื่อรับมือกับความเสี่ยงทางธุรกิจและเศรษฐกิจ โดยเน้นการสร้างทักษะที่สำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา ความสามารถในการมองหาโอกาส และการกล้ารับความเสี่ยง โดยการศึกษาไม่ได้จำกัดเฉพาะการเริ่มต้นธุรกิจ แต่ยังส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถนำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในองค์กรอีกด้วย

3. ทฤษฎีคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะและคุณสมบัติที่ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ซึ่งหมายรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่น ความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ การเรียนรู้ ความคิดริเริ่มการวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร ความมุ่งมั่นและความสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ ลักษณะเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจเป็นอย่างดี (Dess et al., 1997; วิล พึงผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2561) ผู้ที่ริเริ่มและพร้อมที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนหรือประกอบกิจการโดยใช้ปัจจัยการผลิตทั้งหลายผสมผสานกับสติปัญญา ความสามารถ ประสิทธิภาพและหลักการบริหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ดีซึ่งผู้คิดจะมาเป็นผู้ประกอบการ (Potential Entrepreneur) หรือผู้ที่เป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว (Existing Entrepreneur) ควรจะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตัวเอง เพื่อจะได้เป็นเครื่องชี้แนวทางให้เกิดความสำเร็จในการประกอบการ (Krauss et al., 2005; Koe, 2016; พัชรินทร์ เพชรช่วย และคณะ, 2564)

จากข้อข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนี้ ความมุ่งมั่นและความกระตือรือร้น การเป็นผู้ประกอบการที่ดี จะต้องมีความมุ่งมั่นในการจะประกอบธุรกิจ ความกระตือรือร้นในการทำงาน แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรค ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดมีแนวคิดใหม่ ๆ ให้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดนอกกรอบ ธุรกิจจึงสามารถเติบโตได้ ความสามารถในการแก้ปัญหา การที่จะเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรอบคอบ และแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที และแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ มีความสามารถในการปรับตัว

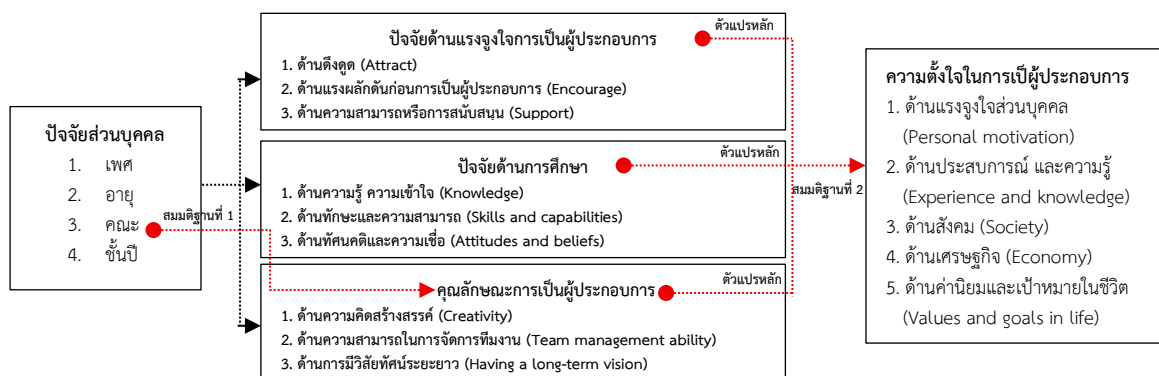


4. แนวคิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในหลายด้าน ทั้งในเรื่องความสำเร็จ อำนาจ และการสนับสนุนทางธุรกิจ และขณะเดียวกันการจัดการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญควบคู่ในการพัฒนาทักษะและทัศนคติที่จำเป็นในการสร้างธุรกิจและประสบความสำเร็จ ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการว่า ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมด้านธุรกิจให้นักศึกษามีทักษะในการมองโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจโดยเพื่อหวังผลตอบแทนกำไร รวมถึงการพัฒนาความมั่นใจและสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และโอกาสที่ได้รับเหล่านั้น ถือเป็นบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา เพื่อรับมือกับความเสี่ยงทางธุรกิจและเศรษฐกิจ โดยเน้นการสร้างทักษะที่สำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา ความสามารถในการมองหาโอกาส และการกล้ารับความเสี่ยงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: EI) เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2017) ถือเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจเนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991) การวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถวัดได้หลายลักษณะ เช่น อาจวัดด้วยคำถามเดียวเกี่ยวกับความสนใจที่จะสร้างกิจการของตนเองหรือโอกาสที่จะสร้างกิจการของตนเองในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คือ ความมุ่งมั่นในมิติความตั้งใจแน่วแน่ (Determine) และความต้องการ (Desire) ที่บุคคลจะเริ่มและดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้ประกอบการมักเริ่มต้นจากบุคคลที่มีแรงบันดาลใจ รักในความอิสระ และความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (คมกริช นันทะโรจวงศ์ และคณะ, 2561) ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะผลักดันให้บุคคลมีการริเริ่มและมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ (Hisrich & Ramadani, 2017)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎีความพึงพอใจด้านแรงจูงใจเกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึงก่อนปี ค.ศ. 1960 ของ Segal et al. (2005) และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ของ Ajzen (1991) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา โดยมีประชากรเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 6,585 คน (ข้อมูลจากงานทะเบียน) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 659 คน คัดเลือกตามสัดส่วนของ 5 คณะ ร้อยละ 10 ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้คณะเป็นชั้นภูมิ (Stratum)

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในปีการศึกษา 2567 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ (2) ระดับแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ Attract, Encourage และ Support (3) ระดับการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน คือ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถ และทัศนคติ/ความเชื่อ (4) ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน คือ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถจัดการทีม และวิสัยทัศน์ระยะยาว และ (5) ระดับคุณลักษณะผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ แรงจูงใจส่วนตัว ประสบการณ์/ความรู้ สังคม เศรษฐกิจ และค่านิยม/เป้าหมายในชีวิต ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) เชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและหาค่าความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item – Objective congruence: IOC) พบว่าข้อคำถามมีค่าคะแนน IOC อยู่ระหว่าง คะแนน 0.67 - 1 หมายความว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้จริง (Try out) กับประชากรที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient: α) มีค่าเท่ากับ 0.79 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cronbach, 1951)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regression) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลวิจัยมุ่งนำข้อมูลไปใช้พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพนักศึกษาให้พร้อมสู่เส้นทางผู้ประกอบการในอนาคต

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.56) และปัจจัยด้านการจัดการศึกษา ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความตั้งใจ
1. ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.14	0.51	มาก
2. ด้านการจัดการศึกษา	4.08	0.51	มาก
3. ด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	4.10	0.56	มาก
รวม	4.11	0.48	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) โดยวิธี Enter โดยปัจจัยที่เป็นตัวแปรทำนาย (predictor) ในการศึกษา ครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัย 1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2) ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา และ 3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตอบสนอง (response variable) คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา

Correlations				
ตัวแปร	x_1	x_2	x_3	Y
ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (x_1)	1	.782*	.695*	.683*
ด้านการจัดการศึกษา (x_2)		1	.802*	.773*
ด้านคุณลักษณะ (x_3)			1	.767*
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Y)				1

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล พบว่ามีความสัมพันธ์กันสูงทางบวก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจ มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ($r = 0.683$) ด้านการจัดการศึกษากับความตั้งใจมีความสัมพันธ์เท่ากับ ($r = 0.773$) และด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจมีความสัมพันธ์เท่ากับ ($r = 0.767$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ภายในตัวแปรต้นพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกคู่



ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการใน
ยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value	VIF
แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (x_1)	.156	.042	.136	3.682	.000	2.659
การศึกษา (x_2)	.411	.051	.356	8.020	.000	3.858
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (x_3)	.401	.040	.387	10.025	.000	2.905

ค่าคงที่ 0.106; $SE_{est} = \pm 0.34$

$R = .665$; $R^2 = .663$; $F = 432.9$; $p - value = .000$

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการตรวจสอบค่า VIF (Variance Inflation Factor) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 2.659 – 3.858 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ตามเกณฑ์ของแฮร์ เจ. เอฟ. (Hair et al., 1993) แสดงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณโดยวิธี Enter สมการพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.136, 0.356 และ 0.387 ตามลำดับ ตัวแบบสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้ร้อยละ 66.30 ($R^2 = 0.663$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 33.70 เป็นผลของปัจจัยอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้สมการพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาในรูปคะแนนดิบดังนี้ $Y' = 0.106 + 0.156X_1 + 0.411X_2 + 0.401X_3$ จากสมการ พบว่า ค่าคงที่ เท่ากับ 0.106 หมายถึง ค่าความตั้งใจพื้นฐานของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล โดยสามารถอธิบายสมการพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้ $Z'_Y = 0.387x_3 + 0.356x_2 + 0.136x_1$

จากสมการสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.386 หน่วยมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการศึกษา หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านการศึกษาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.356 หน่วยมาตรฐาน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.136 หน่วยมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา จำนวน 659 คน ที่ศึกษาในคณะต่างกัณมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีคุณลักษณะ



การเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันในทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการ Least Significant Difference (LSD) ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 4 และตารางที่ 5

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา จำแนกตามตัวแปรคณะ

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	คณะ	$\bar{x}$	S.D.	F-test	P-value
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	บริหารธุรกิจ	3.99	0.70	13.766*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.24	0.58		
	ครุศาสตร์ฯ	3.95	0.63		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.21	0.61		
	ศิลปศาสตร์	3.74	0.58		
ด้านความสามารถในการจัดการทีมงาน (Team management ability)	บริหารธุรกิจ	4.04	0.75	15.371*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.35	0.65		
	ครุศาสตร์ฯ	4.05	0.62		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.38	0.66		
	ศิลปศาสตร์	3.84	0.59		
ด้านการมีวิสัยทัศน์ระยะยาว	บริหารธุรกิจ	4.09	0.54	18.621*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.29	0.56		
	ครุศาสตร์ฯ	4.04	0.56		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.27	0.61		
	ศิลปศาสตร์	3.75	0.53		
ภาพรวม	บริหารธุรกิจ	4.04	0.56	20.546*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.29	0.51		
	ครุศาสตร์ฯ	4.02	0.52		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.28	0.58		
	ศิลปศาสตร์	3.78	0.49		

ตารางที่ 5 แสดงความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ภาพรวม

คณะ	บริหารธุรกิจ	สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ฯ	วิศวกรรมศาสตร์	ศิลปศาสตร์
บริหารธุรกิจ	-				
สถาปัตยกรรมศาสตร์	-0.255*	-			
ครุศาสตร์ฯ	0.022	.27758*	-		
วิศวกรรมศาสตร์	-0.246*	.00955	-.26803*	-	
ศิลปศาสตร์	.26269*	.51805*	.24047*	.50850*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการ Least Significant Difference (LSD) พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็น



ผู้ประการไม่แตกต่างกัน ส่วนคู่อื่น ๆ นักศึกษามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

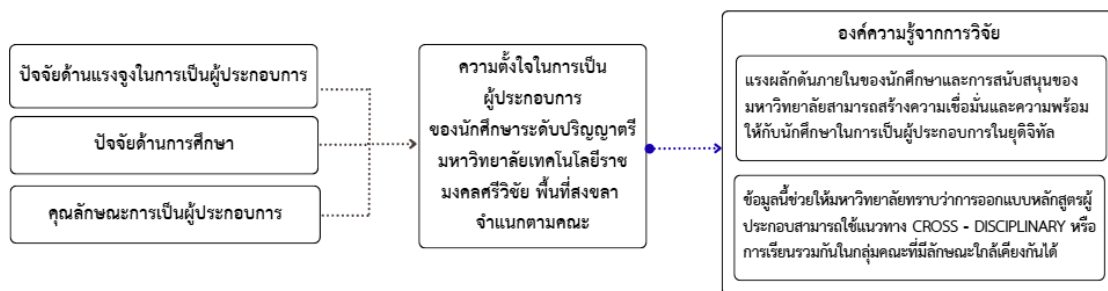
อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และ ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักศึกษามีแรงผลักดันภายในและมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจดิจิทัลควบคู่กับการได้รับการส่งเสริมจากสถาบันการศึกษาในด้านองค์ความรู้ ทักษะ และสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณที่พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานศึกษาที่กล่าวถึงแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งชี้ว่าแรงผลักดันภายในและการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Al Maazmi et al. (2024) ได้ระบุไว้ว่าปัจจัยวิกฤตสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบันนั้นแรงจูงใจของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอแต่ต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมทางดิจิทัล (Digital ecosystem)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ที่ศึกษาอยู่ในคณะต่างกัน มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการจัดการศึกษาของแต่ละคณะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านการบริหารการเรียนการสอน การออกแบบหลักสูตร การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และการส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการ ทำให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาในระดับที่ไม่เท่ากัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา เช่น แรงจูงใจภายใน ความสนใจส่วนตัว และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งล้วนเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ชี้ว่าทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษาและปัจจัยภายในผู้เรียนล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ และสามารถส่งผลให้เกิดความแตกต่างของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษาที่เรียนในบริบทและคณะที่ต่างกัน



องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในคณะแตกต่างกันมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ และคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ นักศึกษามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน ทั้งเนื่องด้วยบริบทของคณะที่มีความมุ่งมั่นในการเรียนการสอนและหลักสูตรที่ค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น การส่งเสริมให้นักศึกษา โครงการ START UP THAILAND เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยสูงกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ นั้นหมายความว่า การที่จะส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการคณะและหลักสูตรควรมีการเน้นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญมากขึ้น การที่จะส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คณะและหลักสูตรการเรียนการสอนควรเน้นการพัฒนาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเรียนการสอนที่เน้น การปฏิบัติจริง (Experiential Learning) การฝึกคิดเชิงสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาเชิงรุก และการสร้างวิสัยทัศน์ระยะยาว นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมเสริม เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การสัมมนาจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และโครงการฝึกอบรมที่เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ และเสริมสร้างความมั่นใจในการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

สรุปในภาพรวมของบทความงานวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในและภายนอก ได้แก่ แรงจูงใจส่วนบุคคล การจัดการทีมงาน วิสัยทัศน์ และการสนับสนุนทางการศึกษา ล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการศึกษา และเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาให้มีศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางสังคม เช่น การสนับสนุนจากครอบครัวและสภาพแวดล้อม รวมถึง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อย่างโอกาสทางการตลาดและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้นักศึกษามีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการความเสี่ยง และการมองหาโอกาสทางธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความมั่นใจให้นักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจของตนเองในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



สรุป

งานวิจัยพบว่า นักศึกษาต่างคณะมีคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า คู่ที่ 1 คณะบริหารธุรกิจและครุศาสตร์ คู่ที่ 2 คณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มีลักษณะไม่แตกต่างกันภายในคู่ เนื่องจากบริบทหลักสูตรและกิจกรรมส่งเสริม Startup ที่มีทิศทางใกล้เคียงกัน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลชี้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลสูงที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาคุณสมบัติผู้ประกอบการเป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นความตั้งใจทางธุรกิจ ปัจจัยภายในที่สำคัญ ได้แก่ แรงจูงใจส่วนบุคคล วิสัยทัศน์ระยะยาว ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการความเสี่ยง การแก้ปัญหาเชิงรุก และการมองหาโอกาส ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีบทบาท คือ การสนับสนุนจากครอบครัวและสังคม โอกาสทางการตลาด การเข้าถึงเงินทุน และการสนับสนุนจากการศึกษา งานวิจัยเสนอแนะให้คณะและหลักสูตรเน้นการพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Experiential Learning) การคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหาเชิงรุก รวมถึงจัดกิจกรรมเสริม เช่น ประกวดแผนธุรกิจ สัมมนาผู้ประกอบการ และอบรมเชื่อมภาคธุรกิจ เพื่อเสริมความตระหนักและความมั่นใจ โดยสรุป ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการเตรียมศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยไปปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อสนับสนุนทักษะการเป็นผู้ประกอบการเสนอแนะนโยบายต่อสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่

1.2 ผลการวิจัยทำให้เกิดการตระหนักรู้ของนักศึกษาถึงความสำคัญของทักษะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภายใต้บริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา เท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในพื้นที่นครศรีธรรมราช และพื้นที่ต่าง เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยให้ครอบคลุมปัจจัยที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น บทบาทของการนำปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เทคโนโลยีดิจิทัล และการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบหลักสูตรเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะการเป็นผู้ประกอบการยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562, 1 กรกฎาคม). *ความเป็นมากระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม*. <https://www.mhesi.go.th/index.php/aboutus/history.html>
- คมกริช นันทะโรจพงษ์, ภูธิป มีถาวรกุล และประสพชัย พสุนนท์ (2561). พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย: อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองและการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 9(2), 44–59. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/download/10674/8853/31641>
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563, 22 ตุลาคม). 82 ปี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://www.cuartculture.chula.ac.th/news/4903/>
- พัชรินทร์ เพชรช่วย, ปลื้มใจ ไพจิตร และรัตติยาภรณ์ รอดสีเสน. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 8(1), 107–124.
- วิลาสณิ ฉายรัตน์ตระกูล. (2563, 11 ธันวาคม). *การจัดแฮกกาธอน (Hackathon) เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมแบบเร่งด่วนในประเทศไทย* [บทวิทยุ]. คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2563-dec3>
- วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 306–307. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtt/article/view/126011>
- สำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. (2564, 25 กุมภาพันธ์). *ประวัติความเป็นมา*. <https://imtt.rmuts.ac.th/aboutus/history>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. <http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1540-file.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). *รายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education)*. <http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1575-file.pdf>
- Al Maazmi, A., Piya, S., & Araci, Z. C. (2024). *Exploring the Critical Success Factors Influencing the Outcome of Digital Transformation Initiatives in Government Organizations*. *Systems*, 12(12), 524. <https://doi.org/10.3390/systems12120524>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic*



- Management Journal*, 18(9), 677–695. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199710\)18:9<677:AID-SMJ905>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199710)18:9<677:AID-SMJ905>3.0.CO;2-Q)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (1993). *Multivariate Data Analysis*. (3rd ed.). Prentice Hall.
- Hisrich, R. D., & Ramadani, V. (2017). *Effective entrepreneurial management*. Springer.
- Khan, S., & Rehman, S. (2023). Entrepreneurial Agility: A key to notch ‘Sustainable Business Performance’ in IT-enterprises of Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 13(3). <https://doi.org/10.56536/ijmres.v13i3.514>
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(13), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Krauss, S. I., Frese, M., Friedrich, C., & Unger, J. M. (2005). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(3), 315–344. <https://doi.org/10.1080/13594320500170227>
- Landy, F. J., Rastegary, H., Thayer, J., & Colvin, C. (1991). Time urgency: The construct and its measurement. *Journal of Applied Psychology*, 76(5), 644–657. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.76.5.644>
- Mischel, W. (2009). From personality and assessment (1968) to personality science, 2009. *Journal of Research in Personality*, 43(2), 282–290. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.12.037>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)
- Thomson, G. S., & Minhas, W. (2017). Enabling entrepreneurship: Entrepreneurial intentions among Emirati students. *Journal of Enterprising Culture*, 25(2), 211–237. <https://doi.org/10.1142/S021849581750008X>