



**แนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ
ด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
คณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร**

**Guidelines to Promote Entrepreneurial Awareness by Using Social Media
for Undergraduate Students, Faculty of Fine Arts in Bangkok**

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 March 2023

Revised 19 April 2023

Accepted 25 April 2023

Available Online 28 April 2023

มนั โปธิ์ติ¹, เมธิณี วงศ์วานิช รัฎภการกรณ²

และจินตนา กาญจนวิสุท³

Mano Poditee¹, Methinee Wongwanich Rumpagaporn²

and Chintana Kanjanavisutt³

ABSTRACT

This research aimed to study the level of entrepreneurial awareness, promotion for entrepreneurial awareness, satisfaction on social media usage to promote entrepreneurial awareness, and guidelines to promote entrepreneurial awareness by using social media for undergraduate students of the Faculty of Fine Arts in Bangkok. The samples were 266 fourth-year undergraduate students. The research instrument was a questionnaire. The data analysis statistics were Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The research revealed that the samples had entrepreneurial awareness in overall ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) at a high level. The average awareness of the 6 aspects in entrepreneurial awareness were as the following. The awareness of value creation was at the highest level ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.54). The awareness of self-confident ($\bar{X} = 4.46$, S.D.=0.66), internal locus control ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.85), cognition ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.90), and risk-taking ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.91) were at a high level. However, the awareness of risk-taking ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.88) was at a moderate level. The level of promotion for entrepreneurial awareness in overall ($\bar{X} = 4.29$, S.D.=0.76) was at a high level. The level of satisfaction on social media usage to promote entrepreneurial awareness in overall ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.84) was at a high level. In addition, the guidelines to promote entrepreneurial awareness by using social media consisted of the guidelines to promote knowledge, skill, and attitude in value creation, self-confident, internal locus control, cognition, opportunity obsession, and risk-taking.

KEYWORDS: AWARENESS / ENTREPRENEURIAL / SOCIAL MEDIA

¹ นิสิตปริญญาโท. สาขาการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย
Master of Education, Division of Entrepreneurship Education, Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand.

² รองศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

Associate Professor, Division of Entrepreneurship Education, Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand.

³ รองศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

Associate Professor, Division of Entrepreneurship Education, Faculty of Education, Kasetsart University, Thailand.

*Corresponding author ; e-Mail address : manopoditee@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ การเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ และแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง 266 คน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ 6 ด้าน พบว่า ด้านการสร้างคุณค่า ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66) ด้านการมีจิตสำนึก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.85) ด้านการรู้จักคิด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.90) และ ด้านการกล้าเผชิญต่อความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.91) อยู่ในระดับมาก แต่ด้านการแสวงหาโอกาส ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.88) อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมาก ในส่วนความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.84) อยู่ในระดับมาก และแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีแนวทางการส่งเสริมความรู้ทักษะทัศนคติ ในด้านการสร้างคุณค่า การเชื่อมั่นในตนเอง การมีจิตสำนึก การรู้จักคิด การแสวงหาโอกาส และการกล้าเผชิญความเสี่ยง

คำสำคัญ: ความตระหนักรู้ / ความเป็นผู้ประกอบการ / สื่อสังคมออนไลน์

บทนำ

จากข้อเสนอแนะการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 11 (2564) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570 กระทรวงพาณิชย์ (2561) กล่าวถึงแผนระดับปฏิบัติการพัฒนาประเทศจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่คำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมเพื่อใช้กำหนดทิศทางการศึกษาและการประกอบอาชีพ เพราะการศึกษาเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถจะช่วยให้เกิดกระบวนการที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยให้พัฒนาเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน ด้วยการเสริมสร้างความตระหนักรู้ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ให้มีความรู้ความเข้าใจการดำรงชีวิต มีทักษะและความสามารถในการทำงาน มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานหรือทัศนคติที่ดีต่อความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ เป็นบัณฑิตที่ได้รับความรู้จากการศึกษา มีทักษะปฏิบัติงาน ปรับตัวเข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไปจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2562) กล่าวถึง นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาจะต้องก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงานหรือการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยได้รับการเสริมสร้างองค์ความรู้ ฝึกทักษะปฏิบัติ สร้างทัศนคติที่ดีให้เป็นบัณฑิตคุณภาพ ภาครัฐและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยได้ผลิตบัณฑิตที่มีการคิดวิเคราะห์ รู้จักการรับมือ รู้จักการแก้ไขปัญหา เป็นบัณฑิตที่มีทักษะชีวิตภายใต้สังคมพหุวัฒนธรรม และเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) โดยมีภารกิจที่จะพัฒนาหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ พัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาแบบบูรณาการ ตั้งเป้าประสงค์ให้นิสิตนักศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้เป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติได้อย่างเหมาะสม และสื่อการเรียนรู้ได้มีการปรับตัวเป็นรูปแบบ Online มากขึ้น เพื่อต่อการเผยแพร่ข้อมูล ง่ายต่อการสืบค้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดการสื่อสำหรับเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการที่น่าสนใจและเหมาะสมในปัจจุบันช่องทางหนึ่ง คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพราะสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมและสืบทอดสำคัญ สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือผลักดันสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ทางด้านผู้ประกอบการก็เป็นเครื่องมือทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสังคมอุดมปัญญา



จะเห็นได้ว่า นโยบาย พันธกิจ วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของหน่วยงานภาครัฐทั้งหลาย ต่างให้ความสำคัญที่จะพัฒนาการศึกษาและการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ให้ประชากรกลุ่ม Generation Y ที่ศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี และรวมไปถึง นิสิตนักศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ด้วย ให้เป็นบัณฑิตคุณภาพเติบโตไปเป็นประชาชนที่มีศักยภาพในการทำงาน หรือมีความเป็นผู้ประกอบการ หากทราบถึงแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างคุณค่า 2) ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง 3) ด้านการมีจิตสำนึก 4) ด้านการรู้จักคิด 5) ด้านการแสวงหาโอกาส และ 6) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการ โดยเริ่มต้นศึกษาจากข้อมูลพันธกิจของคณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้แก่ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2565) กล่าวว่า ที่จะผลิตศิลปินบัณฑิตที่มีความรู้ มีทักษะความชำนาญ และมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้ริเริ่มและกล้าแสวงหา คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น มีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ความร่วมมือในการทำงาน ปรับตัวรวดเร็วทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคม รู้คิดเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์ บูรณาการศาสตร์ทางศิลปกรรมสู่การใช้ประโยชน์เพื่อสังคมเชิงพาณิชย์ได้ จากพันธกิจของคณะศิลปกรรมที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องและเชื่อมโยงด้านความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ทางศิลปกรรมศาสตร์เข้ากับความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน เพื่อผลิตบัณฑิตคุณภาพได้มีความรู้ มีทักษะ มีทัศนคติ ในการประกอบอาชีพและมีความเป็นผู้ประกอบการทางศิลปกรรม ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ สำหรับนิสิตนักศึกษา ในระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ทราบถึงข้อควรตระหนักรู้ความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ เมื่อได้รับความรู้ การฝึกทักษะ และสร้างทัศนคติ นิสิตนักศึกษาจะมีความตระหนักรู้ถึงแนวคิดหรือแนวทางสำคัญต่อความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างคุณค่า 2) ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง 3) ด้านการมีจิตสำนึก 4) ด้านการรู้จักคิด 5) ด้านการแสวงหาโอกาส และ 6) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง ในระดับความตระหนักรู้มากหรือน้อยเพียงใด และเพื่อให้ทราบว่าควรต้องเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการในด้านใดก่อนเป็นสำคัญ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาและเสนอแนะแนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความรู้ (Knowledge) ของความเป็นผู้ประกอบการ 2. ด้านทักษะ (Skill) ของความเป็นผู้ประกอบการ และ 3. ด้านทัศนคติ (Attitude) ของความเป็นผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

ประชากร คือ นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง ที่เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐและมหาวิทยาลัยของรัฐ คือ 1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำแนกเป็นเพศชายจำนวน 289 คน เพศหญิง จำนวน 464 คน รวมทั้งหมด จำนวน 753 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตนักศึกษาจากประชากร 753 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Determining Sample Size from a Giving Population ของ Krejcie and Morgan (1970) ระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยคือ 260 คน และผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมาอีก 6 คน รวมได้ทั้งหมดเป็น 266 คน จำแนกเป็นเพศชายจำนวน 102 คน เพศหญิง จำนวน 164

ขอบเขตด้านเนื้อหา ดำเนินการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการใช้อีเลคทรอนิกส์สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งขอบเขตด้านเนื้อหาจะนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น 4 ประเด็นเนื้อหา ดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างคุณค่า (Value creation) 2) ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง (Internal Locus of Control) 3) ด้านการมีจิตสำนึก (Consciousness) 4) ด้านการรู้คิด (Thinking) 5) ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity obsession) และ 6) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง (Risk taking)

2. ศึกษาเนื้อหาศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า การเชื่อมั่นในตนเอง การมีจิตสำนึก การรู้คิด การแสวงหาโอกาส และการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง

3. ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้อีเลคทรอนิกส์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอีเลคทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ

4. ศึกษาแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้อีเลคทรอนิกส์ เป็นแนวทางนำเสนอทั้ง 6 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างคุณค่า 2) ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง 3) ด้านการมีจิตสำนึก 4) ด้านการรู้คิด 5) ด้านการแสวงหาโอกาส และ 6) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรต้น และ ตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรต้น มี 2 ตัวแปร คือ 1) ความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ 1.1) ด้านการสร้างคุณค่า 1.2) ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง 1.3) ด้านการมีจิตสำนึก 1.4) ด้านการรู้คิด 1.5) ด้านการแสวงหาโอกาส และ 1.6) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง และ 2) การเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปรตาม มี 2 ตัวแปร คือ 1) ความพึงพอใจในการใช้อีเลคทรอนิกส์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ และ 2) แนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการโดยใช้อีเลคทรอนิกส์

1. ระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ
2. ระดับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ
3. ระดับความพึงพอใจในการใช้อีเลคทรอนิกส์
4. แนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการโดยใช้อีเลคทรอนิกส์

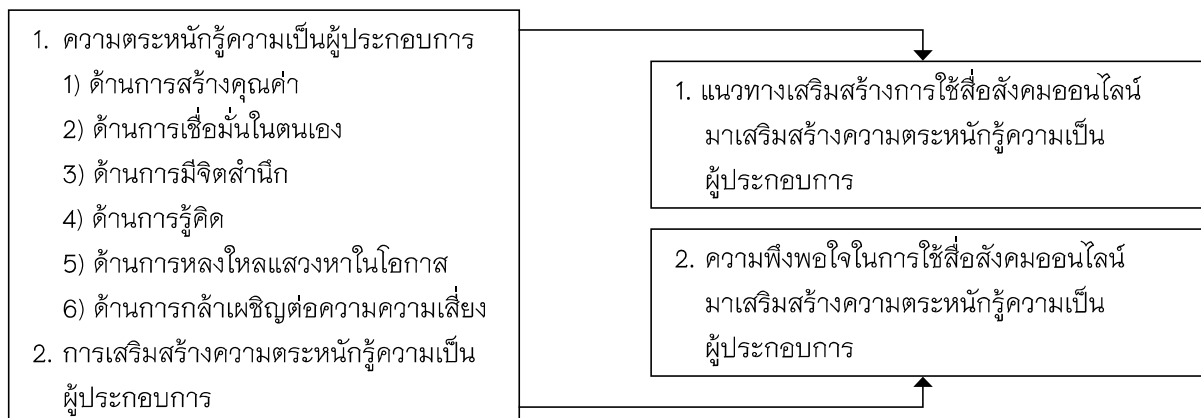
กรอบแนวคิด

กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ได้จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ และการส่งเสริมการตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้



ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ตอนที่ 3 การเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ และ ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องด้วยเทคนิค IOC (Index of Item – Objective Congruence) ตั้งเกณฑ์ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามต้องมีค่า IOC = 0.50 ขึ้นไปในแต่ละข้อคำถามจึงจะใช้เก็บข้อมูลวิจัยได้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ชีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของแบบสอบถามแต่ละข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00

นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบและหาความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) (Best and Kahn, 2006) ของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach's Alpha (Cronbach, 1990) ตั้งเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความน่าเชื่อถือสูง สามารถใช้เก็บข้อมูลวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างได้ (พรณี สิกิวัฒน์, 2559) ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 และ แต่ละข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.4 – 0.9 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป จะเป็นเกณฑ์ของข้อคำถามที่ใช้การจำแนกได้ดี (บัณฑิตา อินสมบัติ, 2554)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ยึดหลักความเคารพในบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และส่งทาง Online โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามนิสิตนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 คณะศิลปกรรมศาสตร์ ในระหว่างวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ถึงวันที่ 29 ธันวาคม 2565 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 266 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะนำข้อมูลที่ได้รับจากการใช้แบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลจากแบบสอบถามสภาพโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ ภาควิชา และเรียนจบแล้วจะทำอะไร มาวิเคราะห์หาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 การเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ถึง ตอนที่ 4 จะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เริ่มจาก 5 = ระดับมากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย

(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้ 4.50–5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 3.50–4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.50–3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 1.50–2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย 1.00–1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด (Best and Kahn, 2006)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended) วิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytics)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย 102 คน เพศหญิง 164 รวมทั้งหมด 266 คน พบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาภาควิชาการออกแบบกราฟิก จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมา ศึกษาในภาควิชานาฏศิลป์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.05 ภาควิชาดุริยางคศิลป์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 16.17 ที่กำลังศึกษาภาควิชาการออกแบบเครื่องแต่งกาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.77 ภาควิชาทัศนศิลป์และนิทรรศการศิลป์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และ สาขาอื่น ๆ ไม่ระบุภาควิชาอีกจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าหลังสำเร็จการศึกษาหางานทำหรือประกอบอาชีพตามสายงานที่สำเร็จการศึกษามา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 42.48 ลำดับถัดมา มีความคาดหวังว่าหลังสำเร็จการศึกษาจะเป็นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีความคาดหวังว่าหลังสำเร็จการศึกษาแล้วจะศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 19.18 และอื่น ๆ ที่ไม่ระบุข้อมูล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 1 ระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวม

n = 266

ความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความตระหนักรู้
1. ด้านการสร้างคุณค่า	4.50	0.54	มากที่สุด
2. ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง	4.46	0.66	มาก
3. ด้านการมีจิตสำนึก	4.12	0.85	มาก
4. ด้านการรู้จักคิด	3.98	0.90	มาก
5. ด้านการแสวงหาโอกาส	3.20	0.88	มาก
6. ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง	3.68	0.91	มาก
รวม	4.11	0.79	มาก

ตอนที่ 2 ระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด พบว่า ด้านการสร้างคุณค่า มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66) ด้านการมีจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.85) ด้านการรู้จักคิด มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.90) ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.91) และ ด้านการแสวงหาโอกาส มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ จากค่าเฉลี่ยที่แสดงในตารางที่ 1 ระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวม



ตารางที่ 2 ระดับสภาพของแนวทางการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

n = 266

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้คุณค่าด้านการประกอบกิจการในหลักสูตรที่ศึกษา	4.61	0.61	มากที่สุด
2. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ให้เชื่อมั่นในตนเองด้านความเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรที่ศึกษา	4.32	0.78	มาก
3. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการมีจิตสำนึกความเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรที่ศึกษา	4.42	0.77	มาก
4. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการคิด (Thinking) ความเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรที่ศึกษา	4.28	0.78	มาก
5. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านการแสวงหาโอกาสในหลักสูตรที่ศึกษา	3.95	0.91	มาก
6. ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านการกล้าเสี่ยงในการประกอบกิจการในหลักสูตรที่ศึกษา	4.16	0.74	มาก
รวม	4.29	0.76	มาก

ตอนที่ 3 ระดับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.76) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด พบว่า ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการสร้างคุณค่า ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านการมีจิตสำนึก ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.77) ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.78) ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการคิด ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.78) ได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการกล้าเผชิญต่อความเสี่ยง ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.74) และได้รับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการแสวงหาโอกาส ในหลักสูตรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ จากค่าเฉลี่ยที่แสดงในตารางที่ 2 ระดับสภาพของแนวทางการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

n = 266

สื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น GOOGLE, WEBSITE PAGE หรือ FACEBOOK PAGE เป็นต้น	1.94	0.98	น้อย
2. สื่อสังคมออนไลน์แบบ Micro-blog ที่ใช้ข้อความกระชับสั้น ๆ ใช้ # (Hashtag) ในการสืบค้นข้อมูล เช่น Twitter, Instagram, Pinterest เป็นต้น	4.12	0.77	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

n = 266

สื่อสังคมออนไลน์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3. สื่อสังคมออนไลน์ที่แบ่งปันข้อมูลผ่าน Video clip หรือ รูปภาพ หรือ Infographic ต่าง ๆ เช่น Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook Fan Page เป็นต้น	4.63	0.65	มากที่สุด
4. สื่อสังคมออนไลน์ที่บรรยายตามกำหนดเวลา (LIVE) หรือรับชมการบรรยายย้อนหลังได้ เช่น Facebook Live, Line Voom, Tiktok Live, Youtube Live, Live Rooms เป็นต้น	4.15	0.95	มาก
รวม	3.71	0.84	มาก

ตอนที่ 4 ระดับความพึงพอใจการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$ S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแบ่งปันข้อมูลผ่าน Video clip หรือ รูปภาพ หรือ Infographic ต่าง ๆ เช่น Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook Fan Page เป็นต้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.65) และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น GOOGLE, WEBSITE PAGE หรือ FACEBOOK มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.94$, S.D. = 0.98) จากค่าเฉลี่ยที่แสดงในตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ พบว่า ผู้ทำแบบสอบถามได้เสนอแนะให้เสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการในด้านการสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นในตนเองกับนิสิตนักศึกษาทุกคน ให้มีความรู้ มีทักษะ และทัศนคติ ด้วยความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง และอาจจะเสริมสร้างแนวทางในการแก้ไขปัญหาเมื่อต้องประกอบอาชีพหรือเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี กรุงเทพมหานคร ได้แนวทางเสริมสร้าง โดยจะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นิสิตนักศึกษามีความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยความตระหนักรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นิสิตนักศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ ถูกปลูกฝังความรู้ทางด้านศิลปกรรมให้มีความรอบรู้และบูรณาการเป็น จากหลักสูตรวิชาที่เป็นวิชาพื้นฐานสำคัญที่จัดการเรียนการสอนให้เลือกเรียนสาขาวิชาเฉพาะด้านตามที่สนใจจริง ๆ และการจัดการเรียนการสอนศิลปกรรมจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน ให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะปฏิบัติจริงจนเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านศิลปกรรมสาขาวิชานั้น ๆ เมื่อจบการศึกษาแล้วผู้เรียนจะมีความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อศิลปกรรมศาสตร์ เนื่องจากถูกหล่อหลอมและสอดแทรกความตระหนักรู้ถึง 1) คุณค่าขององค์ความรู้ทางศิลปกรรม 2) เชื่อมมั่นในตนเองและผลงานศิลปกรรม 3) มีจิตสำนึกที่จะเคารพสิทธิไม่ละเมิดผลงานผู้อื่น 4) มีความรู้คิดที่สร้างสรรค์ 5) แสวงหาการสร้างสรรค์ผลงาน และโอกาสในการทำผลงานศิลปกรรมให้เป็นที่ประจักษ์เสมอ และ 6) ถูกฝึกให้ให้กล้าเผชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น การยอมรับกับความผิดพลาด กล้ายอมรับคำวิจารณ์เชิงลบแล้วนำไปพัฒนา นิสิตนักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงมีความกล้าที่จะเสี่ยงรับกับความผิดพลาดและหาทางออกต่อปัญหามากเป็นพิเศษ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Longenecker and Moore (2006) ที่กล่าวว่า ความหมายของความเป็นผู้ประกอบการก็คือ แรงจูงใจและความต้องการที่



จะประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มีความหมายเกี่ยวข้องกับการกล้ายอมรับความเสี่ยงและมีความมั่นใจในตนเอง รวมไปถึงความรู้ความสามารถ ทักษะชีวิต และทัศนคติที่พร้อมปรับตัวรับมือกับการประกอบการ และสอดคล้องกับ ญัฐไพฑูริย์ (2564) ที่ศึกษาเรื่องคุณสมบัติของความเป็นผู้ประกอบการ ที่ต้องมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มั่นใจในตนเอง มีแนวคิดทางธุรกิจชัดเจน มีแผนงานเป็นระบบ สามารถบริหารการเงิน มีทักษะความสามารถ และทัศนคติที่ดี และกล้าลงมือปฏิบัติและกล้าเสี่ยงในการดำเนินการ เพื่อจัดการองค์ความรู้ไปสู่การประกอบอาชีพหรือการเป็นผู้ประกอบการ

2. ระดับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยการเสริมสร้างความตระหนักรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร มีระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการตามชุดทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ VICTOR ทั้ง 6 ด้าน ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับสภาพของความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น แนวทางการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำเป็นต้องคำนึงถึงพันธกิจและวิสัยทัศน์ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ ที่สร้างบัณฑิตคุณภาพ ไม่เพียงจะเสริมสร้างความรู้ทางด้านศิลปะ ต้องเสริมสร้างทักษะและความสามารถด้านศิลปะ และเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาตามหลักสูตรเกี่ยวกับศิลปกรรมศาสตร์ด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Albert Bandura (1997 อ้างใน ภัทรวรรณ จีระพัฒน์ธนธร, 2563) ที่ศึกษาเรื่อง หลักการสอนเพื่อพัฒนาความรู้ให้บุคคลรับรู้ถึงความสามารถของตนเองแล้วจะนำพาตนเองไปสู่การกระทำซึ่งเป็นขั้นตอนการสอนการประกอบอาชีพหรือการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีความสำคัญมากในการพัฒนาการประกอบอาชีพของผู้เรียน และได้เสนอทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy Theory หรือ SET) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับความเชื่อในความสามารถของตนเองว่าสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงลงได้ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดย มีองค์ประกอบสำคัญในการสอนให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง

3. ระดับความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นิสิตนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า พันธกิจและวิสัยทัศน์ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ ที่มุ่งเน้นสร้างบัณฑิตคุณภาพ ไม่เพียงจะเสริมสร้างความรู้ทางด้านศิลปะ เสริมสร้างทักษะและความสามารถด้านศิลปะ และต้องเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาตามหลักสูตรเกี่ยวกับศิลปกรรมศาสตร์ ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ที่สะดวกในการสืบค้นเข้าถึงโดยง่ายด้วย Internet สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รักเกียรติ พันธุ์ชาติ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นมาเพราะความต้องการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ เพื่อใช้สร้างปฏิสัมพันธ์กัน เมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นพร้อมกับการพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ โดยจัดการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั่นเอง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแบ่งปันข้อมูลผ่าน Video clip หรือ รูปภาพ หรือ Infographic ต่าง ๆ เช่น Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook Fan Page เป็นต้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ มีบทบาทสำคัญรวมกับการใช้ชีวิตประจำวันในปัจจุบัน โดยเฉพาะการศึกษาที่มีการประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือและพัฒนาทางด้านข้อมูลเนื้อหาให้เหมาะสมกับการศึกษาเรียนรู้ในทุกช่วงวัย โดยมีพัฒนาการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพร คำจับ (2562) ที่ศึกษา ความหมายสื่อสังคมออนไลน์ ว่าเป็นการสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อนำเสนอแบ่งปันเนื้อหา รูปภาพ เสียง Video Clip ข้อความต่าง ๆ โดยมีความต้องการที่จะติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยน นิยมใช้ในการแบ่งปันประสบการณ์หรือเรื่องราวจากเหตุการณ์ต่าง ๆ จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปโดยปริยาย ดังนั้นแล้ว สื่อสังคม

ออนไลน์ที่เน้นการแบ่งปันข้อมูลผ่าน Video clip หรือ รูปภาพ หรือ Infographic ต่าง ๆ เช่น Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook Fan Page เป็นต้น จึงเป็นที่สนใจใช้เพื่อการแบ่งปันข้อมูลเสริมสร้างความตระหนักรู้ระหว่างบุคคลสองคนหรือกลุ่มบุคคลที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ร่วมกัน

4. แนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิตศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาและการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปแนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยพิจารณาข้อเสนอแนะแนวทางตามแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ VICTOR โดยผู้วิจัยสรุปแนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้ โดยอิงจากค่าเฉลี่ยระดับความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการตามลำดับน้อยไปหาค่าเฉลี่ยลำดับมากที่สุด เพื่อเป็นแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ตามแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ ที่เสนอแนะให้กับมหาวิทยาลัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณาจารย์ หรือ นิสิตนักศึกษาได้เสริมสร้างความตระหนักรู้ด้วยองค์ความรู้ ทักษะปฏิบัติ และทัศนคติ ที่มีต่อความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 แนวทาง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ ดังต่อไปนี้

- 1) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการแสวงหาโอกาส
- 2) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการกล้าเผชิญต่อความความเสี่ยง
- 3) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการรู้จักคิด
- 4) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีจิตสำนึก
- 5) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเชื่อมั่นในตนเอง และ
- 6) แนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านการสร้างคุณค่า และเพื่อตระหนักรู้ถึงคุณค่า ทั้งองค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติทางด้านศิลปกรรมศาสตร์ให้แพร่หลาย เข้าถึงได้ง่ายจากการสืบค้นทาง Internet

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษา ในหลักสูตรวิชาของคณะอื่น ๆ เกิดความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการด้านการ ในสาขาวิชาที่ตนเองศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพหรือก้าวไปเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีคุณภาพ

2. มหาวิทยาลัยและผู้สอนในหลักสูตรอื่น ๆ ได้รับประโยชน์จากแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ เพราะมีความสำคัญและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการเสริมสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาอื่น ๆ เพราะความเป็นผู้ประกอบการด้านการศึกษาที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการประกอบอาชีพหรือการประกอบการในอนาคต

3. หลักสูตรการศึกษาอาจจะใช้ประโยชน์จากแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ เพราะถ้ารู้ถึงความต้องการจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจของตนเอง ก็จะมีข้อมูลที่วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดต่อการก้าวไปเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต่อไปได้

4. ผู้จัดทำหรือผู้ที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นสื่อเพื่อการศึกษา ได้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ โดยคำนึงถึงรูปแบบการออกแบบสร้างสรรค์ให้สื่อเสริมสร้างความรู้ สื่อเสริมสร้างทักษะ สื่อเสริมสร้างทัศนคติ เป็นการสร้างสรรค์ Infographic หรือ Video Clip ที่สรุปเนื้อหา กระชับ ดึงดูดใจ มีการอธิบายพร้อมภาพประกอบ สร้างภาพจำชัดเจนกระตุ้นให้เข้าใจเนื้อหาสำคัญได้ง่าย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางเสริมสร้างความตระหนักรู้ความเป็นผู้ประกอบการ ด้วยสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิตนักศึกษา ในระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยในเขตภูมิภาคอื่น



2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการประกอบอาชีพทางศิลปกรรมตระหนักรู้ถึงอาชีพหรือธุรกิจอะไรบ้างที่มีแนวโน้มเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคต เช่น การขายงานศิลปะ NFT (Non-Fungible Token) งานออกแบบ หรือ ผลงานศิลปกรรมด้านอื่น ๆ ที่เป็นสินทรัพย์ที่มีความเฉพาะตัวสูง เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางหรือปัจจัยในการประกอบอาชีพหรือการประกอบธุรกิจทางด้านศิลปกรรมศาสตร์ ที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี นวัตกรรมสร้างสรรค์ ที่มีแนวโน้มเติบโตเป็นที่นิยมและพัฒนาทางเศรษฐกิจ เช่น แนวทางและปัจจัยในการเปิดขายงานศิลปะ NFT (Non-Fungible Token) หรือแนวทางในการสร้างผลงาน NFT เพื่อการประกอบการธุรกิจออกแบบดิจิทัล (Digital Design) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). *นโยบายและยุทธศาสตร์ การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570*. www.mhesi.go.th
- กระทรวงพาณิชย์. (2561). *ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2559–2564*. https://www.sme.go.th/upload/mod_download/MOC_Stg.2559–2564.pdf
- คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2565). *พันธกิจ*. <https://www.faa.chula.ac.th/about/index>
- คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2565). *พันธกิจ*. <https://ssru.ac.th/>
- คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2565). *พันธกิจ*. <http://fofa.swu.ac.th/>
- ณัฐไท สุทธิเสริม. (2564). การเป็นผู้ประกอบการ. <https://sites.google.com/site/natpatai24456/hnwy-thi4-kar-pen-phu-prakxb-kar>.
- บัณฑิตา อินสมบัติ. (2554). ข้อพิจารณาในการคัดเลือกข้อคำถามที่มีอำนาจการจำแนก. *วารสารวิชาการ บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 6(16), 1–12.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2559). *การวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร. (2563). *การศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ*. ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2560). *สื่อสังคม: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานของรัฐ*. http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560–2561/PDF/
- วรภาพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 7(2), 143–159.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(2), 967–988.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *ประเด็นที่ 11 การพัฒนาการศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- John W. Best and James V. Kahn. (2006). *Research in Education*. Boston: Allyn and Bacon.
- Justin G. Longenecker and Carlos W. Moore and J. William Petty. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. Cengage Learning.



Michael Frese and Lydia Hass and Christian Friedrich. (2016). Personal initiative training for small business owners. *Journal of Business Venturing Insights*, 5 (1), 27–36.

Robert V. Krejcie and Daryle W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(1), 607–610.