

บทความวิจัย

อิทธิพลของแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจ การเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

พีชญาดา พันผา*

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อีเมล: pichyada.p@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และ 2) ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 13,201 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน ได้จากการสุ่มแบ่งชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสนับสนุนของภาครัฐ การตั้งเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและความต้องการความสำเร็จ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การตั้งเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและความต้องการความสำเร็จ ตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเกิดจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การมีเป้าหมายที่ชัดเจน การมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ดังนั้น มหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันส่งเสริมระบบนิเวศด้านการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนาหลักสูตร กิจกรรม และนโยบายส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของสถาบันอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการออกแบบมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มการสร้างธุรกิจใหม่ การจ้างงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและประเทศอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ, การสนับสนุนทางสังคม, ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ, นักศึกษามหาวิทยาลัย

Received: 2 June, 2026, Revised: 20 June, 2026, Accepted: 28 June, 2026

* Corresponding author

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL MOTIVATION AND SOCIAL SUPPORT ON ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY STUDENTS

*Pichyada Pheunpha**

Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University

E-mail: pichyada.p@ubu.ac.th

Abstract

This research aimed to 1) examine the levels of entrepreneurial motivation, social support, and entrepreneurial intention among students at Ubon Ratchathani University; and 2) investigate the influence of entrepreneurial motivation and social support on the entrepreneurial intention of students at Ubon Ratchathani University. This study employed a quantitative research approach. The population consisted of 13,201 undergraduate students enrolled in the regular program at Ubon Ratchathani University. A sample of 410 students were selected using disproportionate stratified sampling. The research instrument was a five-point Likert-scale questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through multiple regression analysis.

The findings revealed that the overall levels of entrepreneurial motivation, social support, and entrepreneurial intention were high. The hypothesis testing results indicated that government support, goal setting, technology, environmental factor, and need for achievement had significant positive influences on students' entrepreneurial intention. Among these factors, government support exerted the strongest influence, followed by goal setting, technology, environmental factor, and need for achievement, respectively. The findings suggest that entrepreneurial intention is shaped by both internal and external factors, particularly government support, clear goal setting, technological readiness, and a supportive environmental factor. Therefore, universities and relevant organizations should collaborate to strengthen the entrepreneurial ecosystem to enhance students' entrepreneurial capabilities and increase their opportunities to become entrepreneurs in the future. The findings of this study can serve as empirical evidence for developing curricula, activities, and entrepreneurship promotion policies in higher education institutions that effectively align with students' needs. Furthermore, the results provide valuable guidance for government agencies and related stakeholders in designing support measures for aspiring entrepreneurs, thereby fostering new business creation, generating employment opportunities, and promoting sustainable economic development at both the local and national levels.

Keywords: Entrepreneurial Motivation, Social Support, Entrepreneurial Intention, University Students

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี นวัตกรรม และการแข่งขันทางเศรษฐกิจในระดับโลก ส่งผลให้หลายประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การสร้างนวัตกรรมและการสร้างโอกาสการจ้างงานในอนาคต ประเทศไทยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศผ่านยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580 โดยมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม และการพัฒนากำลังคนให้มีทักษะที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสร้างธุรกิจใหม่และแข่งขันได้ในระดับสากล (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

ในระดับสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการผลิตบัณฑิตและพัฒนาากำลังคนแห่งอนาคต รวมถึงพันธกิจที่มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีทักษะวิชาชีพ ควบคู่กับทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2563) ดังนั้น การส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดความพร้อมและมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นประเด็นสำคัญที่มหาวิทยาลัยควรให้ความสนใจ เนื่องจากความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจประกอบธุรกิจและเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) ได้รับการอธิบายผ่านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งระบุว่าความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมจริง โดย Bird (1988) และ Krueger et al. (2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสะท้อนถึงความมุ่งมั่น ความปรารถนาและความพร้อมของบุคคลในการจัดตั้งธุรกิจหรือประกอบกิจการของตนเองในอนาคต ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการจำนวนมากจึงให้ความสนใจศึกษาปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า “แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial Motivation) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าสามารถกระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการเริ่มต้นธุรกิจและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการ แรงจูงใจดังกล่าวอาจเกิดจากความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการเป็นนายตนเอง ความต้องการสร้างรายได้ หรือการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ งานวิจัยของ พิภพ สมเวที และคณะ (2566) พบว่าแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ขณะที่ ทศพล ปรีชาศิลป์ (2566) พบว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ จริยา กอสุขทวีคุณ (2561) ยังพบว่าแรงจูงใจเป็นหนึ่งในตัวแปรที่สามารถอธิบายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาได้

ผลการศึกษาจากต่างประเทศยังสนับสนุนบทบาทของแรงจูงใจต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง โดย Lin et al. (2024) พบว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการรับรู้สภาพแวดล้อมทางการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศจีน ขณะที่ Suganda and Simbolon (2023) พบว่าความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษารุ่นใหม่ สะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่ควรได้รับการศึกษาในบริบทการพัฒนาผู้ประกอบการของสถาบันอุดมศึกษา

นอกจากแรงจูงใจแล้ว “การสนับสนุนทางสังคม” (Social Support) ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน อาจารย์ บุคคลต้นแบบหรือสภาพแวดล้อมทางสังคม สามารถช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ลดความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยง และเพิ่มความพร้อมในการตัดสินใจประกอบธุรกิจ งานวิจัยของ ณัฐธิดา ทองสุวรรณ และคณะ (2564) พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากครอบครัวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ขณะที่ Azizah and Kadeni (2024) พบว่าการสนับสนุนทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ และ Wang (2023) พบว่าการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ Nguyen and Phan (2024) ยังพบว่าบุคคลต้นแบบและเครือข่ายทางสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของเยาวชน

อย่างไรก็ตาม แม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้ยืนยันถึงความสำคัญของแรงจูงใจและการสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังพบข้อจำกัดและช่องว่างทางการวิจัยหลายประการ ประการแรก งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแล้ว กลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มคนวัยทำงาน ขณะที่การศึกษาในกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษายังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยภูมิภาคของประเทศไทย ประการที่สอง งานวิจัยจำนวนมากมักศึกษาเฉพาะแรงจูงใจหรือปัจจัยส่วนบุคคลเพียงด้านเดียว โดยยังมีการศึกษาที่วิเคราะห์ร่วมกันระหว่างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมค่อนข้างน้อย ประการที่สาม ผลการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมยังมีความไม่สอดคล้องกัน โดยบางงานวิจัยพบว่าปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ขณะที่บางงานวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ เช่น Verdian and Handoyo (2024) ที่พบว่า ปัจจัยทางสังคมในรูปแบบของบรรทัดฐานทางสังคมหรืออิทธิพลจากบุคคลรอบข้างไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศอินโดนีเซีย สะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของปัจจัยทางสังคมอาจแตกต่างกันไปตามบริบททางวัฒนธรรม สังคม และลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทยเพื่อสร้างข้อสรุปที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคเกษตรกรรม การค้าชายแดน และธุรกิจ SMEs เป็นหลัก แม้พื้นที่จะมีศักยภาพจากการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) แต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการลงทุน เทคโนโลยี และโอกาสการจ้างงาน ส่งผลให้บัณฑิตจำนวนหนึ่งย้ายเข้าสู่ตลาดแรงงานในเมืองใหญ่ ดังนั้น การส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างอาชีพและพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ นักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งให้ความสำคัญกับครอบครัวและชุมชนค่อนข้างสูง การสนับสนุนทางสังคมจึงอาจมีบทบาทต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากบริบทอื่น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมในกลุ่มนักศึกษาของภูมิภาคนี้ยังมีจำกัด จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และนำไปใช้พัฒนามาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสม

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ดังภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อทำความเข้าใจว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาและมีระดับอิทธิพลมากน้อยเพียงใด ผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้ประกอบการในบริบทของนักศึกษาไทย และสามารถใช้เป็น

ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนาหลักสูตร กิจกรรม และนโยบายส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบระบบสนับสนุนทางสังคม การพัฒนากิจกรรมสร้างแรงจูงใจ และการส่งเสริมระบบนิเวศผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย เพื่อเพิ่มจำนวนบัณฑิตที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Research)

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางสังคม และความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ และการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypotheses)

H₁: แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

H₂: การสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

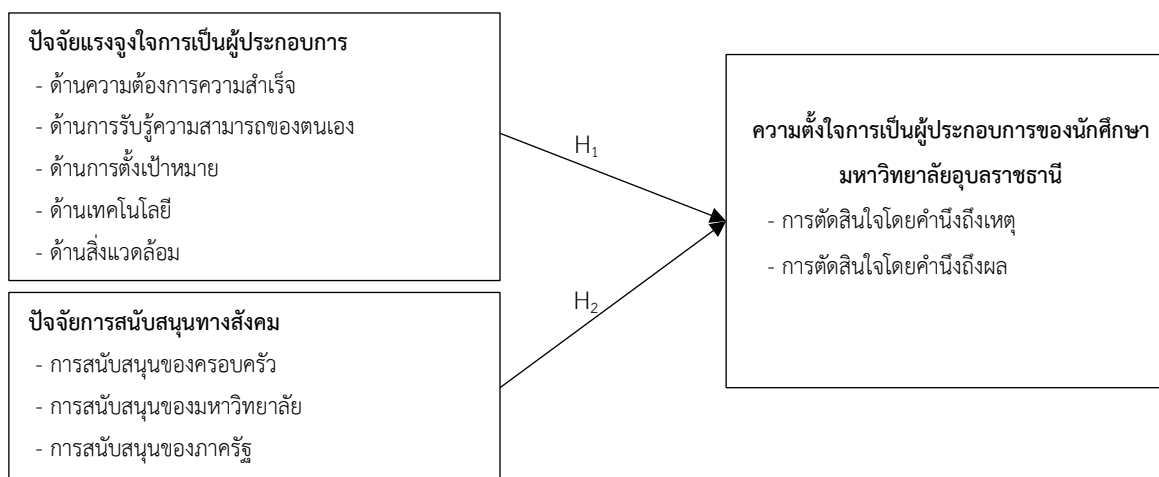
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถอธิบายแนวโน้มการตัดสินใจประกอบธุรกิจในอนาคตของบุคคล โดยมีพื้นฐานจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งอธิบายว่าความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมจริง ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ในด้านแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ พบว่าแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันภายในที่กระตุ้นให้บุคคลต้องการเริ่มต้นธุรกิจและมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้ประกอบการ โดยงานวิจัยของ พิภพ สมเวที และคณะ (2566) ทศพล ปรีชาศิลป์ (2566) และจริยา กอสุขทวีคุณ (2561) พบว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ขณะที่ผลการศึกษาของ Lin et al. (2024) และ Suganda and Simbolon (2023) ยืนยันว่าแรงจูงใจมีอิทธิพล การมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

นอกจากนี้ การสนับสนุนทางสังคมยังได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน อาจารย์ บุคคลต้นแบบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางสังคมและการสนับสนุนจากภาครัฐ สามารถช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ลดความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยง และเพิ่มความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐธิดา ทองสุวรรณ และคณะ (2564), Azizah and Kadeni (2024), Wang (2023) และ Nguyen and Phan (2024) ที่พบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในบางบริบทยังมีความไม่สอดคล้องกัน โดย Verdian and Handoyo (2024) พบว่าปัจจัยทาง

สังคมในรูปแบบบรรทัดฐานทางสังคมไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ซึ่งสะท้อนว่าบทบาทของปัจจัยทางสังคมอาจแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่และลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาช่องว่างทางการวิจัย พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการหรือกลุ่มวัยทำงาน ขณะที่การศึกษาในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยในภูมิภาคยังมีจำนวนจำกัด นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาร่วมกันระหว่างแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีซึ่งตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อันเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเศรษฐกิจและสังคมเฉพาะ ทั้งด้านการพึ่งพาภาคเกษตรกรรม การค้าชายแดน และความสำคัญของครอบครัวและชุมชนต่อการตัดสินใจด้านอาชีพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยโดยกำหนดให้แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการเป็นนายตนเอง การตั้งเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยี และด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนการสนับสนุนทางสังคมประกอบด้วย การสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน อาจารย์ บุคคลต้นแบบ และการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยกำหนดให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเป็นตัวแปรตาม เพื่อศึกษาว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด และเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของนักศึกษาในภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนานโยบายและกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ภาคการศึกษา 1/2568 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีทุกคน จำนวน 13,201 คน (สำนักทะเบียน กองการศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2568)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ภาคการศึกษา 1/2568 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเพียงบางกลุ่ม วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบแบ่งกลุ่มตามคณะ/สายของคณะ ได้แก่ คณะบริหารศาสตร์ คณะสายสังคมศาสตร์ และคณะสายวิทยาศาสตร์ โดยขนาดตัวอย่างคำนวณตามตารางของ ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ (2559) ประชากรขนาด 13,201 คน หรือประมาณ 15,000 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาค่าเฉลี่ยของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน การกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มใช้แนวทางการแบ่งชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วน (Disproportionate Stratified Sampling) เพื่อให้แต่ละกลุ่มมีขนาดตัวอย่างเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยกำหนดให้คณะบริหารศาสตร์มีจำนวนตัวอย่าง 200 คน หรือประมาณร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่คณะสายสังคมศาสตร์และคณะสายวิทยาศาสตร์กำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 100 คน หรือประมาณร้อยละ 25 เท่ากัน เหตุผลที่กำหนดสัดส่วนตัวอย่างของคณะบริหารศาสตร์มากกว่ากลุ่มอื่น นอกจากเป็นคณะที่มีการจัดการเรียนการสอนด้านการเป็นผู้ประกอบการโดยตรงแล้ว ยังเนื่องมาจากนักศึกษากลุ่มนี้มีโอกาสได้รับความรู้ประสบการณ์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจมากกว่านักศึกษาในสาขาอื่น ส่งผลให้มีแนวโน้มแสดงความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ซึ่งงานวิจัยของ จริยา กอสุขทวีคุณ (2561) พบว่านักศึกษาที่ได้รับการเรียนรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการมีระดับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงกว่านักศึกษาทั่วไป ขณะที่ผลการศึกษาของ Lin et al. (2024) และ Nguyen and Phan (2024) ชี้ให้เห็นว่าการได้รับการศึกษาและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การกำหนดสัดส่วนตัวอย่างของคณะบริหารศาสตร์ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ยังช่วยให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นการวิจัยได้อย่างมีความแม่นยำมากขึ้น ขณะเดียวกันยังคงกำหนดจำนวนตัวอย่างของกลุ่มสายสังคมศาสตร์และสายวิทยาศาสตร์ให้มีขนาดเพียงพอสำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้จริงจำนวน 410 คน และนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งถือว่าเพียงพอและเหมาะสม สำหรับการวิจัยครั้งนี้รายละเอียดเป็นดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะ	จำนวนตัวอย่าง (คน)
คณะบริหารศาสตร์	200
คณะสายสังคมศาสตร์	105
คณะสายวิทยาศาสตร์	105
รวม	410

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นเอง โดยอาศัยแนวคิดจาก ตำรา เอกสาร รายงาน ทฤษฎีและผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยมีลักษณะเครื่องมือแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ คณะ ชั้นปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ประสบการณ์การทำงาน และอาชีพของผู้ปกครอง เป็นคำถามแบบเลือกตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) ด้านความต้องการความสำเร็จ 2) ด้านการรับรู้ความ

สามารถของตนเอง 3) ด้านการตั้งเป้าหมาย 4) ด้านเทคโนโลยี และ 5) ด้านสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ 1) การสนับสนุนของครอบครัว 2) การสนับสนุนของมหาวิทยาลัย และ 3) การสนับสนุนของภาครัฐ

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) การตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุและ 2) การตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล

โดยในส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเลือกตอบตามความเป็นจริงตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา ส่วนที่ 2 - 4 เป็นแบบสอบถามวัดความคิดเห็นใช้แบบประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) เกณฑ์แปลผลคะแนน คือ 4.51-5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด 3.50-4.50 อยู่ในระดับมาก 2.51 -3.49 อยู่ในระดับปานกลาง 1.51-2.50 อยู่ในระดับน้อย 1.00-1.50 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

ผลการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัย ด้านการศึกษาและด้านบริหารธุรกิจ 3 ท่าน ได้ค่าความสอดคล้องของข้อคำถามระหว่างเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (IOC) > 0.50 ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดย IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นทดลองใช้แบบสอบถามกับนักศึกษาคณะอื่นๆ 30 คน แล้วทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ทั้งฉบับได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Questionnaire, α Cronbach)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	แปลผลระดับความเชื่อมั่น
ปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ (15 ข้อ)	0.97	สูงมาก
ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม (9 ข้อ)	0.84	สูง
ปัจจัยความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (10 ข้อ)	0.96	สูงมาก
รวมทั้งหมด (34 ข้อ)	0.97	สูงมาก

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคหรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมทั้งฉบับอยู่ในระดับสูงมาก ($\alpha = 0.97$) จำนวนข้อคำถาม 34 ข้อ ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ดังนี้ ปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ ได้ความเชื่อมั่นในระดับสูงมาก ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม ได้ความเชื่อมั่นในระดับสูง และปัจจัยความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ได้ความเชื่อมั่นในระดับสูงมาก ทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (Hair et al., 2019) แสดงว่าทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์คุณภาพของเครื่องมือวิจัยในระดับสูง-สูงมาก จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูลกับพื้นที่จริง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive analysis) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

(2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ใช้สถิติเชิงบรรยาย คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

(3) สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) เป็นการหาอิทธิพลระหว่าง ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและตัวแปรต้น ได้แก่ แรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม ผู้วิจัยได้

ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ประกอบด้วย (1) ความเป็นเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Linearity) (2) ความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน (Independence of Errors) โดยพิจารณาค่าสถิติ Durbin-Watson ซึ่งควรมีค่าอยู่ระหว่าง 1.50–2.50 (3) การไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยตรวจสอบค่า Tolerance ซึ่งควรมากกว่า 0.19 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งควรมีน้อยกว่า 5.3 (Kutner et al., 2005) (4) การแจกแจงปกติของค่าคลาดเคลื่อน (Normality of Residuals) ซึ่งไม่พบความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จึงสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้อย่างเหมาะสม

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล (Research Conclusions and Discussion)

1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 410 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และเพศทางเลือก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมาคือชั้นปีที่ 2 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 7,501–10,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และรายได้ 5,001–7,500 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเต็มเวลา คิดเป็นร้อยละ 91.50 และเป็นนักศึกษาที่ทำงานพาร์ทไทม์ ร้อยละ 8.50

เมื่อพิจารณาตามคณะ พบว่าส่วนใหญ่มาจากคณะบริหารศาสตร์ จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมาคือคณะศึกษาศาสตร์ ร้อยละ 7.60 คณะนิติศาสตร์ ร้อยละ 6.60 คณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 5.90 และคณะรัฐศาสตร์ ร้อยละ 5.60 ตามลำดับ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน คิดเป็นร้อยละ 51.70 ขณะที่ร้อยละ 48.30 ไม่มีประสบการณ์การทำงาน สำหรับอาชีพของผู้ปกครอง พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาคือค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 รับจ้างทั่วไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และข้าราชการ พนักงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นฐานครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรมและการประกอบอาชีพอิสระ ซึ่งอาจมีส่วนต่อการรับรู้และความสนใจด้านการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ผลการศึกษาระดับแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านความต้องการความสำเร็จ	410	4.35	0.59	มาก
ด้านเทคโนโลยี	410	4.34	0.60	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อม	410	4.08	0.81	มาก
ด้านการตั้งเป้าหมาย	410	4.08	0.86	มาก
ด้านการรู้รับความสามารถของตนเอง	410	4.07	0.79	มาก
รวม	410	4.18	0.61	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 410 ราย มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับปัจจัยแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการรายด้านจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านความต้องการความสำเร็จมีค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับมาก ถัดไปคือ ด้านเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับมาก ถัดไปคือ ด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก ถัดไปคือ ด้านการตั้งเป้าหมายมีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก และด้านการรู้รับความสามารถของตนเองค่าเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม

ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านการสนับสนุนของครอบครัว	410	3.92	0.95	มาก
ด้านการสนับสนุนของมหาวิทยาลัย	410	4.07	0.90	มาก
ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ	410	3.97	0.81	มาก
รวม	410	3.99	0.77	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยบรรทัดฐานด้านการสนับสนุนทางสังคมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีจำนวน 410 ราย มีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับปัจจัยบรรทัดฐานด้านการสนับสนุนทางสังคมจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยมีค่าเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับมาก ถัดไปคือ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐมีค่าเฉลี่ย 3.97 อยู่ในระดับมาก และด้านการสนับสนุนของครอบครัวมีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านการตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุ	410	4.11	0.69	มาก
ด้านการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผล	410	4.25	0.62	มาก
รวม	410	4.18	0.61	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 410 ราย มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลมีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 อยู่ในระดับมากและด้านการตัดสินใจโดยคำนึงถึงเหตุมีค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ และการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่า $R = 0.794$ หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีอยู่ในระดับสูงมาก มีค่า R^2 แบบปรับค่า = 0.654 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการได้ร้อยละ 65.4 เหลืออีก ร้อยละ 34.6 เป็นอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา

ตารางที่ 6 ภาพรวมผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในโมเดลระหว่างตัวแปรต้นกับความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.813a	.660	.654

ตารางที่ 7 ภาพรวมอิทธิพลของตัวแปรต้นกับความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในตาราง ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	99.96	8.00	12.50	97.43	.000b
2 Residual	51.43	401.00	0.13		
Total	151.40	409.00			

จากตารางที่ 7 พบว่า $F = 97.43$, $\text{sig} = 0.00 < 0.01$ หมายความว่า มีตัวแปรต้นรายด้านอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณต่อไป

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นกับความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ตัวแปรต้น	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S. E.	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.72	.15		4.89	.00		
ด้านความต้องการความสำเร็จ	.10	.04	.10	2.51	.01	.53	1.88
ด้านการรู้รับความสามารถของตนเอง	.05	.04	.06	1.09	.28	.26	3.91
ด้านการตั้งเป้าหมาย	.15	.04	.21	3.53	.00	.25	4.05
ด้านเทคโนโลยี	.20	.04	.20	5.30	.00	.58	1.71
ด้านสิ่งแวดล้อม	.12	.04	.16	3.14	.00	.31	3.18
ด้านการสนับสนุนของครอบครัว	.02	.03	.04	.84	.40	.45	2.20
ด้านการสนับสนุนของมหาวิทยาลัย	.01	.03	.01	.16	.87	.36	2.80
ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ	.18	.03	.24	5.36	.00	.42	2.39

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาค่า Tolerance และ VIF พบว่าตัวแปรต้นทุกตัวมีค่า Tolerance > 0.19 และ $VIF < 5.30$ (Kutner et al., 2005) นั่นคือตัวแปรต้นผ่านเกณฑ์ Collinearity Statistics ตัวแปรต้นทุกตัวจึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ในสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ซึ่งได้ผลการวิจัยโดยเรียงจากค่าขนาดอิทธิพลจากมากไปน้อย ดังนี้

การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน ($\text{Beta} = 0.24^{**}$) หมายความว่า ถ้าการสนับสนุนของภาครัฐเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.24 หน่วยมาตรฐาน โดยที่ตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

การตั้งเป้าหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta = 0.21**) หมายความว่า ถ้านักศึกษามีการตั้งเป้าหมายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.21 หน่วยมาตรฐาน โดยที่ตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta = 0.20**) หมายความว่า ถ้านักศึกษามีความสามารถด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.20 หน่วยมาตรฐาน โดยที่ตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta = 0.16**) หมายความว่า ถ้านักศึกษามีสิ่งแวดล้อมด้านผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.16 หน่วยมาตรฐาน โดยที่ตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ความต้องการความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta = 0.10**) หมายความว่า ถ้านักศึกษามีความต้องการความสำเร็จเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลให้ความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.10 หน่วยมาตรฐาน โดยที่ตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรต้นรายด้านอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ผู้วิจัยสามารถเขียนสมการการทำนายความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ได้ดังนี้

$$\text{ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ} = 0.24^{**}(\text{การสนับสนุนของภาครัฐ}) + 0.21^{**}(\text{การตั้งเป้าหมาย}) + 0.20^{**}(\text{ด้านเทคโนโลยี}) + 0.16^{**}(\text{ด้านสิ่งแวดล้อม}) + 0.10^{*}(\text{ความต้องการความสำเร็จ})$$

ตารางที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	ระดับนัยสำคัญ
1) อิทธิพลของแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ (การตั้งเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อมและความต้องการความสำเร็จ) ส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	ยอมรับ	0.01 เป็นส่วนใหญ่ และ 0.05
2) และการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	ยอมรับ	0.01

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประกอบด้วย การสนับสนุนของภาครัฐ การตั้งเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และความต้องการความสำเร็จ ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ว่า

จะเป็นการสนับสนุนด้านเงินทุน จัดอบรมพัฒนาทักษะ การให้คำปรึกษาทางธุรกิจ การสนับสนุนด้านกฎหมายและสิทธิประโยชน์ทางภาษี ตลอดจนการสร้างโอกาสในการเข้าถึงเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการเริ่มต้นธุรกิจ ส่งผลให้นักศึกษาเกิดความเชื่อมั่นและมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ที่อธิบายว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Zhang et al. (2024) ที่พบว่าการสนับสนุนด้านการเป็นผู้ประกอบการจากสถาบันและหน่วยงานภายนอกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen and Phan (2024) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมทางการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนจากภายนอกมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของเยาวชน ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า ในบริบทของนักศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี การรับรู้ถึงนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นใจในการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์ทางธุรกิจและยังขาดทรัพยากรที่จำเป็นในการเริ่มต้นกิจการด้วยตนเอง

การตั้งเป้าหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีเป้าหมายชีวิตและเป้าหมายทางอาชีพที่ชัดเจน มีแนวโน้มที่จะวางแผนและเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการมากกว่านักศึกษาที่ขาดเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากการตั้งเป้าหมายเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินชีวิตและกระตุ้นให้บุคคลมุ่งมั่นในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Bird (1988) ที่อธิบายว่าความตั้งใจเป็นผลมาจากกระบวนการวางแผนและการกำหนดเป้าหมายในอนาคต รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จริยา กอสุขทวีคุณ (2561) ที่พบว่าแรงจูงใจและปัจจัยด้านการวางแผนส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Lin et al. (2024) ที่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และการมองเห็นเป้าหมายในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความรู้ความสามารถ และความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีแนวโน้มที่จะสนใจและมุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า และเปิดโอกาสให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายกว่ายุคที่ผ่านมา ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และจิโรจ โชติศิริคุณวัฒน์ (2562) ที่พบว่าแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของคนรุ่นใหม่ รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของเศรษฐกิจดิจิทัลที่มองว่าเทคโนโลยีเป็นทรัพยากรสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล

ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น การมีต้นแบบผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย การเข้าถึงเครือข่ายธุรกิจ หรือการมีบรรยากาศที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรม สามารถช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen and Phan (2024) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมทางการเป็นผู้ประกอบการและบุคคลต้นแบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา และสอดคล้องกับการศึกษาของ Suganda and Simbolon (2023) ที่พบว่าการสนับสนุนทางสังคมและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ

ความต้องการความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต มีความมุ่งมั่น และต้องการสร้างความสำเร็จด้วยความสามารถของตนเอง จะมีแนวโน้มที่จะเลือกเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากมองว่าการประกอบธุรกิจเป็นช่องทางหนึ่งในการบรรลุเป้าหมายและสร้างความสำเร็จในอนาคต ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของ McClelland (1961) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทรานิชฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561) ที่พบว่าความต้องการประสบความสำเร็จเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พิภพ สมเวที และคณะ (2566) และ Lin et al. (2024) ที่พบว่าความต้องการความสำเร็จเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ช่วยผลักดันให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการประกอบธุรกิจ

ส่วนตัวแปรการสนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการสนับสนุนของมหาวิทยาลัย ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งแตกต่างจากสมมติฐานการวิจัยและงานวิจัยบางส่วนที่ผ่านมา การสนับสนุนของครอบครัวไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ อาจเนื่องจากนักศึกษาในปัจจุบันสามารถเข้าถึงข้อมูล ความรู้ และเครือข่ายทางธุรกิจผ่านสื่อดิจิทัลได้ด้วยตนเอง ทำให้การตัดสินใจด้านอาชีพไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนจากครอบครัวโดยตรง สอดคล้องกับการศึกษาของ Nguyen and Phan (2024) ที่พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและโอกาสทางธุรกิจมีบทบาทมากกว่าการสนับสนุนจากครอบครัวในการกำหนดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของเยาวชน การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ อาจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังเป็นนักศึกษาที่ขาดประสบการณ์ทางธุรกิจจริง จึงยังไม่สามารถประเมินศักยภาพของตนเองในฐานะผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจน แม้ผลดังกล่าวจะแตกต่างจากแนวคิดของ Bandura (1986) และการศึกษาของ Lin et al. (2024) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ แต่ในบริบทของการศึกษานี้ ปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนของภาครัฐ อาจมีบทบาทสำคัญมากกว่า ส่วนการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ อาจเป็นเพราะนักศึกษา ยังไม่สามารถเข้าถึงหรือรับรู้ประโยชน์จากกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งอาจให้ความสำคัญกับการสนับสนุนจากภาครัฐซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากกว่า ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Zhang et al. (2024) ที่พบว่า การสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการสร้างความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หากขาดการสนับสนุนด้านทรัพยากรและโอกาสทางธุรกิจจากภายนอก

ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จัดอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ สนับสนุนเงินทุนเริ่มต้น และสร้างช่องทางให้เยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนและที่ปรึกษาทางธุรกิจได้ง่าย เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีความมั่นใจและความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจมากขึ้น
2. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้นักศึกษามีการกำหนดเป้าหมายทางอาชีพและเป้าหมายทางธุรกิจอย่างชัดเจน ผ่านกิจกรรมแนะแนวอาชีพ การจัดทำแผนธุรกิจ และกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อช่วยให้นักศึกษามองเห็นแนวทางการดำเนินธุรกิจในอนาคตและมีความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

3. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เช่น การตลาดดิจิทัล การสร้างร้านค้าออนไลน์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการดำเนินธุรกิจ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาประยุกต์ใช้ในการสร้างธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

4. มหาวิทยาลัยควรสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการต้นแบบ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางธุรกิจ และการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อให้นักศึกษาได้รับแรงบันดาลใจและเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจมากขึ้น

5. อาจารย์และมหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองและสร้างความสำเร็จผ่านกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถ เช่น การแข่งขันแผนธุรกิจ การประกวดนวัตกรรม การนำเสนอผลงานทางธุรกิจ และการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความเชื่อมั่นในตนเองและมีความมุ่งมั่นในการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นทักษะการตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ การวางแผนธุรกิจ การพัฒนาความคิดเชิงผู้ประกอบการ และการสร้างแรงจูงใจสู่ความสำเร็จ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษามีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

2. หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบนโยบายหรือโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านเงินทุน การให้คำปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความตั้งใจในการเริ่มต้นธุรกิจของนักศึกษาและบัณฑิตจบใหม่

3. ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการ สามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการพัฒนาหลักสูตรหรือโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล การตลาดออนไลน์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างธุรกิจของนักศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

4. มหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคธุรกิจ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบการต้นแบบ และการส่งเสริมกิจกรรมด้านนวัตกรรม เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นโอกาสและเกิดแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ

5. คณะบริหารศาสตร์หรือสาขาวิชาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนานักศึกษา โดยเน้นการส่งเสริมแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมาย และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะด้านการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเท่านั้น จึงอาจมีข้อจำกัดในการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นหรือกลุ่มประชากรที่มีบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาที่แตกต่างกัน ดังนั้น การนำผลการวิจัยไปใช้ควรพิจารณาความเหมาะสมของบริบทประกอบ

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการและการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น ขณะที่ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้รวมอยู่ในการศึกษา เช่น ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Entrepreneurial Self-Efficacy) ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ด้านผู้ประกอบการ และลักษณะบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อให้สามารถอธิบายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จริยา กอสุขทวีคุณ. (2561). การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐธิดา ทองสุวรรณ, ศักนันท ปิ่นอยู่, จัสมิน ยะปา, มณฑนากร เลื่องตระกูลโลลา หนีแหละหมั่น และธีรพร ทองชะโชค. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา: การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารวิชาการด้านการบริหารและการจัดการ*, 11(2), 45–59.
- ทศพล ปรีชาศิลป์. (2566). ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ร้านอาหารในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 25(3), 71–84.
- ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และจิโรจ โชติศิริคุณวัฒน์. (2562). ผลกระทบของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและแรงจูงใจในการมุ่งเน้นเป็นผู้ประกอบการต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 12(2), 1235–1256.
- พิภพ สมเวที, วรพงศ์ ภูมิพอปลับ และฟาตอนะห์ ทะยียาเตะ. (2566). คุณลักษณะและแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 17(1), 75–92.
- ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ. (2561). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2563). แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2563–2567). สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2569, จาก [https://www.ubu.ac.th/web/planning/content/แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีระยะ-5-ปี-\(พ.ศ.-2563-2567\)/](https://www.ubu.ac.th/web/planning/content/แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีระยะ-5-ปี-(พ.ศ.-2563-2567)/)
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580*. เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก, 1–71.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุข. (2559). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2569, จาก <https://www.car.chula.ac.th/display7.php?bib=b2117714>
- สำนักทะเบียน กองการศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2568). จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ปี พ.ศ. 2568. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2569, จาก <https://reg.ubu.ac.th/web/statistic/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

- Azizah, W., & Kadeni, K. (2024). The effect of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation and social support on student entrepreneurial intention. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 356–368.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: *The case for intention*. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2005). *Applied Linear Statistical Models* (5th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Lin, Q., Chen, Y., Lai, J., & Zhang, X. (2024). The effect mechanism of perceived entrepreneurial environment on Chinese college students' entrepreneurial intention: Chain mediation model test. *Frontiers in Psychology*, 15(1374533). 1-8.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Nguyen, T. T., & Phan, H. T. T. (2024). Entrepreneurship environments and entrepreneurial intention: The role of self-efficacy and role model. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 16(1), 1–11.
- Suganda, U. K., & Simbolon, E. D. (2023). Building entrepreneurial intention: The moderating role of social support. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(2), 304–313.
- Verdian, & Handoyo, S. E. (2024). Pengaruh attitude, subjective norm, perceived behavioral control dan perceived university support terhadap entrepreneurial intention. *Jurnal Serina Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 261–270.
- Wang, X. (2023). The relationship between college students' extraversion and entrepreneurial intention: The mediating role of perceived social support. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 51(11), 1–12.
- Zhang, Y., Li, X., Wang, J., & Chen, Z. (2024). The impact of university entrepreneurship support on college students' entrepreneurial intention: A cognitive-affective perspective. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101087.