



ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและคุณลักษณะความเป็น
ผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

The Causal Relationship Model of University Support Perception and
Entrepreneurial Characteristics Affecting Entrepreneurial Intention
of Undergraduate Students at Rajabhat Roi Et University

มงคล เอกพันธ์^{1*} ดวงเดือน เกตรา² นุชศรา นันโท³ และ สุธาสินี วงค์ฮาต⁴

Mongkol Ekkaphan,^{1*} Duangduan Phetra,² Nuchsa Nanthoe³ and Suthasinee Wangkahat⁴

Article History

Receive: August 15, 2024

Revised: April 3, 2025

Accepted: April 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เพื่อศึกษาคุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจ ที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 235 ราย โดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ด้วยตัวแบบโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ $\chi^2/df = 2.66$, $p\text{-value} = 0.06$, $TLI = 0.97$, $CFI = 0.98$, $NFI = 0.96$, $IFI = 0.98$, $AGFI = 0.94$, $SRMR = 0.03$ และ $RMSEA = 0.05$ การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้การสนับสนุน จากมหาวิทยาลัยส่งผลทางบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่งผลทางบวก ต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ 2) คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เพื่อเป็นแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ในการส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพนักศึกษาให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถและพร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต ได้อย่างยั่งยืน และสร้างความตระหนักให้สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะ ทางผู้ประกอบการต่อไป

คำสำคัญ : การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย; คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ; ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ; ตัวแปรคั่นกลาง; นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

²⁻⁴ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, Lecturers, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: nuchsarajung@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to study causal structural relationship among university support perception, entrepreneurial characteristics, and entrepreneurial Intention of undergraduate students and study the entrepreneurial characteristics as the mediator between university support perception and entrepreneurial Intention of Rajabhat Roi Et university undergraduate students. The sample were 235 undergraduate students who enrolled in the entrepreneurship for modern trade business course in the academic year of 2023 using stratified random sampling. A questionnaire was used as the instrument. Statistics such frequency, percentages, mean, standard deviation, skewness, kurtosis, correlation coefficient, and path analysis were used to find out causal relationship with structural equation models (SEM). The results showed the measurement model was valid and well-fitted to the empirical data with $\chi^2/df= 2.66$, $p\text{-value}=0.06$, $TLI=0.97$, $CFI=0.98$, $NFI=0.96$, $IFI=0.98$, $AGFI=0.94$, $SRMR= 0.03$ and $RMSEA=0.05$. The university support perception had not affected the entrepreneurial intention and had a positive effect on entrepreneurial characteristics, and entrepreneurial characteristics have a positive effect on the entrepreneurial intention. 2) Entrepreneurial characteristics as a mediator had a relationship between university support perception and entrepreneurial intention of Rajabhat Roi Et university undergraduate students in order to serve as a guideline for the preparation of strategic plans to guide and strengthen the cooperation network in supporting students to become entrepreneurs who are visible and ready to work together effectively and create awareness among educational institutions and relevant agencies about the importance of further developing entrepreneurial skills.

Keywords : University Support Perception; Entrepreneurial Characteristics; Entrepreneurial Intention; Mediation Variable; Rajabhat Roi Et University Undergraduate Students

บทนำ

ในทศวรรษที่ 21 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่กลไกการขับเคลื่อนประเทศยุคใหม่ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” (Value-Based Economy) โดยการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เป็นช่วง มุ่งเน้นการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้ ทักษะ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และการพัฒนานวัตกรรม ในทุกๆ ด้าน โดยการพัฒนาต่อยอดฐานรายได้เดิมและสร้างฐานรายได้ใหม่ ส่งเสริมสังคมไทยให้มีความก้าวหน้าและข้ามผ่านประเทศ ที่มีรายได้ปานกลางไปสู่รายได้สูง (Office of the National Economic and Social Development Council, 2021) และ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ในยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ต้อง เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและการส่งเสริมให้ประชาชนไทยมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ในฐานะ ผู้ประกอบการโดยมีการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัลและนวัตกรรมที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมาดำเนิน กิจกรรมต่างๆ ในธุรกิจตั้งแต่ การผลิต การขาย และการขนส่ง เป็นต้น จากนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศตามวิสัยทัศน์ไทยแลนด์ 4.0 การสร้างผู้ประกอบการใหม่หรือสตาร์ทอัพจึงมีความสำคัญมาก ด้วยเหตุนี้ภาครัฐ จึงเล็งเห็นความสำคัญและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินโครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC) และทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมระหว่าง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยจัด การเรียนการสอนหลักสูตรการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการที่มีเป้าหมายและโครงสร้างเอื้อต่อการบ่มเพาะ นักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการใหม่ผ่านกระบวนการบ่มเพาะทั้งภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ และถ่ายทอดประสบการณ์ ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนทางการเงินเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์นวัตกรรมที่คิดค้นขึ้นมาใช้ ในเชิงพาณิชย์ได้ (Office of the Permanent Secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation, 2021)



ในปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาต่างมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้บัณฑิตเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำได้ตั้งแต่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือกำลังศึกษาอยู่ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเป็นสถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมียุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างผู้ประกอบการให้กับท้องถิ่นดังเห็นได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่มีอย่างต่อเนื่องของนักศึกษาที่ศึกษาหลักสูตรหมวดวิชาชีพศึกษาทั่วไป ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2562 ทั้งนี้ เพื่อให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับเป้าหมายของประเทศ ส่งเสริมการสร้างบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (Roi Et Rajabhat University, 2019) มหาวิทยาลัยในฐานะผู้เปลี่ยนแปลงทางสังคมควรจัดให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อนักศึกษาในการมีส่วนร่วมในกระบวนการของการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเจตจำนงหรือความตั้งใจของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมหาวิทยาลัยในการพัฒนาแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการเพราะความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นเครื่องทำนายที่ดีที่สุดสำหรับการสร้างธุรกิจของบุคคลนั้น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีการวิจัยเชิงประจักษ์ในประเทศไทยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Songsom, 2023 ; Detnakarin & Pongtongmuang, 2023) ตลอดจนการศึกษาคูณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Thongpoon, 2023 ; Sornsermsombut, 2023) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ (Songsom, 2023) อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ในประเทศไทยที่ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงบทบาทของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ยังไม่ครอบคลุมจากข้อค้นพบดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรดังกล่าวในบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน รวมถึงการบริหารจัดการหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาศักยภาพด้านการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาคูณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย

การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สนับสนุนความเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยช่วยให้นักศึกษาสะสมประสบการณ์หรือการค้นหาโอกาสของตนเองด้วยการเรียนรู้การฝึกฝน เช่น แบบจำลองทางธุรกิจ กรณีศึกษาทางธุรกิจหรือการฝึกงาน (Lu et al., 2021) การสนับสนุนทางการศึกษาที่รับรู้มีผลโดยตรงต่อเจตนาในการเริ่มธุรกิจในขณะที่การสนับสนุนการพัฒนาความคิดที่รับรู้และการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจที่รับรู้มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและยืนยันได้ว่าความเชื่อมั่นในตนเองและบุคลิกภาพเชิงรุกเป็นตัวทำนายความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและยังแสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Lestari et al., 2022) ดังนั้นความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างสถาบันการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

จากการศึกษาของ Voda & Florea (2019) ; Rocha et al. (2022) ได้กล่าวว่า การรับรู้สนับสนุนมหาวิทยาลัยปัจจัยสำคัญสร้างแนวคิดที่สร้างสรรค์ ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการสร้างความเป็นตัวตนหรือคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ เพราะจะช่วยนำไปสู่พฤติกรรมหรือการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตของบุคคล อย่างไรก็ตามการที่จะ

พัฒนาส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะดังกล่าว มีความจำเป็นที่จะต้องทราบเกี่ยวกับปัจจัยหรือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้การสนับสนุนจากสถาบันการศึกษายังรวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการที่สอดแทรกไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน ความพยายามในการสร้างกลุ่มอ้างอิงภายในสถาบัน เช่น รุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จ ตลอดจนจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทัศนคติทางบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ การให้ความรู้และวิธีการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Thongpoon, 2023) จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมจะเพิ่มความสัมพันธ์แบบนัยสำคัญระหว่างความรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ (Abhayarathne, 2021 ; Çera et al., 2021 ; Anjum et al., 2020) และนอกจากนี้ การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา (Liu et al., 2022 ; Wegner et al., 2020) จากผลการวิจัยดังกล่าวนำมาซึ่งการกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) : การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

สมมติฐานที่ 2 (H2) : การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและพร้อมที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการ โดยใช้ปัจจัยการผลิตทั้งหลายผสมผสานกับสติปัญญา ความสามารถ ประสิทธิภาพและหลักการบริหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ดี ซึ่งผู้ที่คิดจะมาเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ที่เป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว ควรจะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตัวเองเพื่อจะได้เป็นเครื่องชี้้นำทางให้เกิดความสำเร็จในการประกอบการ (Songsom, 2023) นอกจากนี้ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะซึ่งสามารถช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้จนประสบความสำเร็จได้ และยังช่วยให้พร้อมเผชิญกับความเสี่ยงในระดับปานกลางหรือระดับที่ผู้ประกอบการได้คำนวณไว้แล้ว (Turatunmanon & Yodwisitsak, 2022)

โดยงานวิจัยนี้ได้นำเอาแนวคิดคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ Frese (2000) ว่า ผู้ประกอบการต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง มีนวัตกรรม กล้าเสี่ยง มีความก้าวร้าวในการแข่งขัน และผู้ประกอบการต้องมีความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Paksutti et al. (2020) ซึ่งได้ระบุคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง 2) ความมีนวัตกรรม 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ Ratanasongtham & Tungjirasil (2020) ได้กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านจิตวิทยาและลักษณะบุคลิกภาพ 2) ปัจจัยด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรม และ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก สอดคล้องกับ Piyawongwattana (2018) กล่าวว่า การที่จะพัฒนาส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะดังกล่าวมีความจำเป็นที่จะต้องทราบเกี่ยวกับปัจจัยหรือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน ปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายในที่สำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ประกอบด้วย ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เงินทุน และประสิทธิภาพ ในขณะที่ปัจจัยแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับ Petchuay et al. (2021) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ นั้นต้องอาศัยทรัพยากรและปัจจัยทั้งหลายรวมถึงความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพ และหลักการบริหารงานที่เหมาะสม จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา (Thongpoon, 2023 ; Sornsermsombut, 2023) และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นตัวแปรต้นกลางที่จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ จากผลการวิจัยดังกล่าว นำมาซึ่งการกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3) : คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด



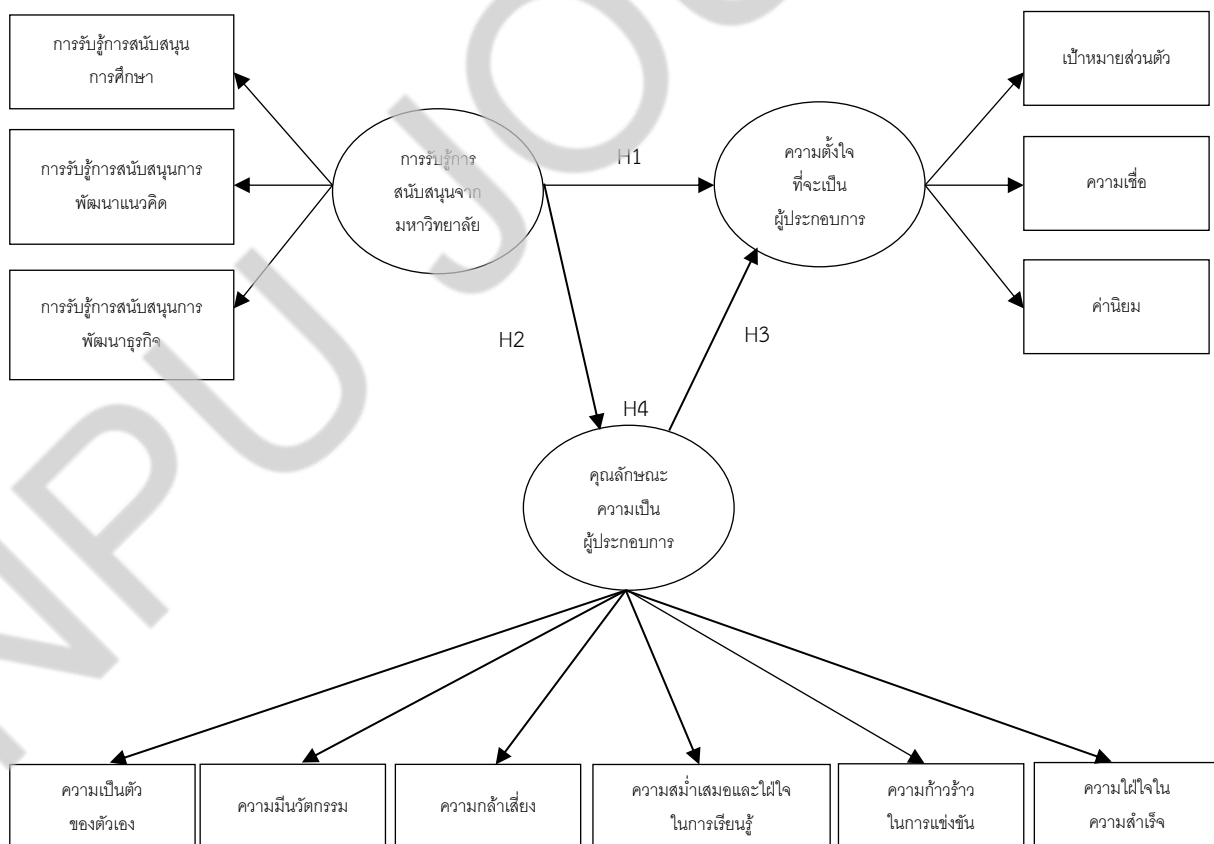
สมมติฐานที่ 4 (H4) : คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรต้นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง สภาวะทางจิตใจของบุคคลที่สะท้อนถึงความต้องการในการดำเนินธุรกิจของตนเอง โดยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความมุ่งมั่นและเป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายความตั้งใจดังกล่าวจะยังคงอยู่จนกว่าจะถึงช่วงเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสม ซึ่งเป็นช่วงที่บุคคลจะสามารถแสดงพฤติกรรมตามเจตนารมณ์ของตนได้อย่างเป็นรูปธรรม (Ajzen, 2009) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ ในแต่ละบุคคล (Liu et al., 2019) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนี้เป็นสิ่งสำคัญอันจะนำไปสู่พฤติกรรมหรือการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตของบุคคล (Voda & Florea, 2019) จากการทบทวนการวิจัยพบว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เป็นการพยากรณ์ความมุ่งมั่นของแต่ละบุคคลในการจัดตั้งธุรกิจของตนในอนาคต ซึ่งเป็นสภาวะจิตใจที่มีความตั้งใจสู่เป้าหมายการเป็นผู้ประกอบการ (Sanjaya et al., 2021) ดังนั้น บุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำได้ตั้งแต่ยังไม่เป็นผู้ประกอบการหรือกำลังศึกษาอยู่เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มที่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ คือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการ และมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยกรอบแนวความคิดของการวิจัย และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้ สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยก่อนดำเนินการวิจัยได้ขอและได้รับการรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์หมายเลขหนังสือรับรอง 67/022 (วันที่รับรอง 5 เมษายน 2567 – 6 เมษายน 2568)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 460 ราย (Office of Academic Affairs Promotion and Lifelong Learning Management, 2023) เนื่องจาก นักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชานี้สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชาโดยตรง ทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และมีโอกาสได้รับอัตราการตอบกลับที่สูงและการศึกษามุ่งเน้นไปที่แนวคิดทางผู้ประกอบการ ทักษะ หรือมุมมองของผู้ที่มีความสนใจในด้านนี้ นักศึกษาที่เรียนวิชาดังกล่าวย่อมมีความสนใจพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง จึงเหมาะสมที่จะเป็นประชากร เป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 235 ราย โดยเปิดตาราง Krecie & Morgan (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 สำหรับการพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) คณะผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายและได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ โดยมีตัวแปรพหุ คือ จำนวน 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Wiratchai, 1999) ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 12 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอ จึงควรมีอย่างน้อย $(12 \times 10 = 120)$ ถึง $(12 \times 20 = 240)$ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 235 ตัวอย่าง โดยแบ่งตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประจำปีการศึกษา 2566

สังกัดคณะ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	173	$(173/460) \times 235 = 88$
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี	154	$(154/460) \times 235 = 79$
คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์	73	$(73/460) \times 235 = 37$
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	60	$(60/460) \times 235 = 31$
รวม	460	235

ที่มา : (Office of Academic Affairs Promotion and Lifelong Learning Management, 2023)

การสุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลจากการคำนวณจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ดังกล่าวข้างต้นไปแล้วนั้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการดังนี้

1. จำแนกนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ตามสังกัดคณะที่ศึกษาอยู่
2. กำหนดกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ตามสังกัดคณะที่ศึกษาอยู่ตามสัดส่วน
3. ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2 โดยใช้วิธีการจับฉลากดังตารางที่ 1

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ทำการสังเคราะห์เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา โดยแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่ศึกษา ชั้นปีที่กำลังศึกษา พื้นฐานครอบครัว และประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามปลายปิดให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ Anwar & Saleem (2019) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นตัวของตัวเอง, ด้านความมีนวัตกรรม, ด้านความกล้าเสี่ยง, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ 5 ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวทางลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย คณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ Shi et al. (2020) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้การสนับสนุนมหาวิทยาลัย, ด้านการรับรู้การสนับสนุนการพัฒนาแนวคิด และด้านการรับรู้การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ 5 ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวทางลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิด Vejayaratnam et al. (2019) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเป้าหมายส่วนตัว, ด้านความเชื่อ และด้านการคำนึง โดยแบบสอบถามลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวทางลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คำนวณหาค่าประกอบ ค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น ค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้

Variable	Variable	Observe Variable	Factor Loading	Discriminant Validity	Cronbach's Alpha	CR	AVE
การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย	PUS				0.82	0.86	0.60
		PUS1	0.86	0.59			
		PUS2	0.72	0.44			
		PUS3	0.77	0.60			
คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	ENT				0.90	0.82	0.61
		ENT1	0.72	0.65			
		ENT2	0.79	0.71			
		ENT3	0.69	0.62			
		ENT4	0.78	0.69			
		ENT5	0.84	0.75			
ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ	ENI				0.93	0.83	0.82
		ENI1	0.90	0.67			
		ENI2	0.93	0.70			
		ENI3	0.89	0.65			

จากตารางที่ 2 พบว่า การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คณะผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่ได้พัฒนาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถามกับเป้าหมายของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.67 - 1.00 หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดสอบ คือ นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ จำนวน 30 ราย จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยแบ่งออกเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรง 3 วิธี ได้แก่ (1) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ด้วยวิธี Heterotrait - Monotrait Ratio of Correlations (HTMT Ratio) ซึ่งควรมีค่าไม่เกิน 0.90 (Hair et al., 2017) ซึ่งพบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.44 - 0.75 (2) ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) โดยพิจารณาจากค่าแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้

(Average Variance Extracted: AVE) พบว่า แต่ละตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.60 - 0.82 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2020) และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.69 - 0.93 สอดคล้องกับ Hair et al. (2019) คุณภาพเครื่องมือโดยการพิจารณาค่าเที่ยงตรงมากกว่า 0.40 เป็นค่ายอมรับได้และทำการทดสอบความเชื่อมั่น 2 วิธี ได้แก่ (1) ค่าความเชื่อมั่นของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แต่ละตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.82 - 0.93 ซึ่งมีความมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือ 0.7 (Cronbach, 1990) และ (2) ความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability: CR) พบว่า แต่ละตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.60 - 0.82 ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 0.60 (Götz et al., 2010)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือกับอาจารย์ประจำรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประจำปีการศึกษา 2566 และดำเนินการเก็บข้อมูล 2 ลักษณะ คือ 1) ผাগแบบสอบถามให้อาจารย์ประจำรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ รับผิดชอบดำเนินการเก็บข้อมูลให้เมื่อได้รับข้อมูลแล้วผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง และ 2) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองตามสัดส่วนของตัวอย่างในแต่ละคณะที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยมีการแจ้งวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม 5 นาที และข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นความลับไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ บุคคล ผลการวิจัยจะรายงานเป็นภาพรวมเท่านั้น นอกจากนี้ หากผู้ตอบไม่ต้องการให้ข้อมูลก็สามารถหยุดการตอบแบบสอบถามได้ทันที ซึ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 235 ชุด แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีงานวิจัยที่ใช้โปรแกรม Jamovi (The Jamovi Project, 2021) และ Module Semlj-SEM 0.7.0 (Gallucci & Jentschke, 2022) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของปัจจัยส่วนบุคคลและตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean: M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis)

2. การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

2.1 การตรวจสอบข้อสมมติการแจกแจงปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normal Distribution) โดยใช้ความเบ้และความโด่งควรมีค่าไม่เกิน ± 3 และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-moment Correlation Coefficient: r) โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.9 ถือว่าเป็นความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุ (Multicollinearity) (Kline, 2005)

2.2 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบ Covariance based (CB-SEM) โดยใช้วิธีประมาณค่าแบบ Maximum likelihood (ML) ประกอบด้วย

2.2.1 การประเมินความสอดคล้องระหว่างตัวแบบเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย Relative $\chi^2(\chi^2/df) < 3$ และ $p > .05$, Goodness of Fit Index : GFI $> .90$, Comparative Fit Index : CFI $> .90$, Normed fit index : NFI $> .90$, Incremental fit index; IFI $> .90$, Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI $> .90$, Root Mean Square Residual : RMR $< .05$, Root Mean Square of Error Approximation : RMSEA $< .08$ (Hair et al., 2019)

2.2.2 การวิเคราะห์ตัวแบบโครงสร้าง สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบควรมีทิศทางของสัมประสิทธิ์เส้นทางเป็นไปตามสมมติฐาน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลาง เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรที่ทำหน้าที่เชื่อมโยง เพื่อถ่ายทอดอิทธิพลเชิงสาเหตุจากตัวแปรอิสระไปสู่ตัวแปรผลลัพธ์ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา คือ จะพิจารณาจากค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลที่มีตัวแปรคั่นกลาง (สัมประสิทธิ์เส้นทาง c) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ลดลงจากโมเดลที่ไม่มีตัวแปรคั่นกลาง (สัมประสิทธิ์เส้นทาง c') โดย 1) หากมีค่าลดลงจนเข้าสู่ระดับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรนั้นเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลส่งผ่านสมบูรณ์ (Full Mediating Effect) และ 2) หากมีค่าลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediating Effect) (Polpanthin, 2018)



ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 235 คน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	81	34.5
1.2 หญิง	154	65.5
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	76	32.30
2.2 20 ปี	87	37.00
2.3 21 ปี	40	17.00
2.4 22 ปี	29	12.30
2.5 23 ปี	1	0.50
2.6 มากกว่า 23 ปี ขึ้นไป	2	0.90
3. คณะที่ศึกษา		
3.1 คณะครุศาสตร์	30	12.80
3.2 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	27	11.50
3.3 คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี	98	41.70
3.4 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	80	34.00
4. ชั้นปีที่กำลังศึกษา		
4.1 ชั้นปี 1	101	43.00
4.2 ชั้นปี 2	87	37.00
4.3 ชั้นปี 3	21	8.90
4.4 ชั้นปี 4	26	11.10
5. พื้นฐานครอบครัว		
5.1 เป็นผู้ประกอบการ	46	19.60
5.2 ไม่เป็นผู้ประกอบการ	189	80.40
6. ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ		
6.1 เคยเป็นผู้ประกอบการ	76	32.30
6.2 ไม่เคยเป็นผู้ประกอบการ	159	67.70
รวม	235	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 ราย (ร้อยละ 65.50) ส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปี จำนวน 87 ราย (ร้อยละ 37.00) สังกัดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี จำนวน 98 ราย (ร้อยละ 41.70) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 101 ราย (ร้อยละ 43.00) พื้นฐานครอบครัวไม่เคยเป็นผู้ประกอบการ 189 ราย (ร้อยละ 80.40) และประสบการณ์ไม่เคยเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 159 ราย (ร้อยละ 67.70)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	ตัวแปรสังเกต	PUS1	PUS2	PUS3	ENT1	ENT2	ENT3	ENT4	ENT5	ENT6	ENI1	ENI2	ENI3
PUS	PUS1	1											
	PUS2	.64**	1										
	PUS3	.66**	.54**	1									
ENT	ENT1	.34**	.27**	.38**	1								
	ENT2	.36**	.26**	.34**	.65**	1							
	ENT3	.39**	.33**	.38**	.61**	.60**	1						
	ENT4	.33**	.24**	.41**	.61**	.62**	.50**	1					
	ENT5	.45**	.38**	.45**	.53**	.64**	.54**	.68**	1				
	ENT6	.50**	.41**	.44**	.55**	.63**	.57**	.65**	.77**	1			
ENI	ENI1	.32**	.16**	.38**	.45**	.51**	.37**	.51**	.49**	.45**	1		
	ENI2	.36**	.19**	.42**	.40**	.52**	.36**	.51**	.51**	.50**	.73**	1	
	ENI3	.34**	.21**	.39**	.40**	.49**	.34**	.45**	.44**	.40**	.70**	.71**	1
	Mean	4.08	4.16	3.91	3.67	3.62	3.69	3.57	3.84	3.95	3.88	3.83	3.92
	S.D.	0.64	0.60	0.70	0.61	0.68	0.65	0.67	0.63	0.66	0.73	0.74	0.74
	Skewness	-.46	0.22	-0.14	0.23	0.12	0.11	-0.63	0.54	-0.91	-0.86	-0.14	-0.23
	Kurtosis	-0.25	0.27	-0.77	-0.28	-0.54	-0.39	-0.40	-0.78	-0.94	-0.77	-0.70	-0.67

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงให้เห็นถึงการกระจายของข้อมูลที่เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์ทางสถิติ

1. การตรวจสอบข้อสมมติการแจกแจงปกติหลายตัวแปร ผลการตรวจสอบพบว่าค่าความเบี้ยว (Skewness) ของตัวแปรอยู่ในช่วง -0.91 ถึง 0.54 ซึ่งอยู่ภายในช่วงที่ยอมรับได้ (-3 ถึง +3) ตามเกณฑ์ของ Chou & Bentler (1995) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ นอกจากนี้ ค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ในช่วง -0.94 ถึง 0.27 ซึ่งไม่เกิน 10 ตามเกณฑ์ของ Kline (2005) จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร การวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่สังเกตได้ทุกคู่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าอยู่ระหว่าง 0.19 ถึง 0.77 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ เนื่องจากไม่เกิน 0.9 (Kline, 2005) จึงสามารถสรุปได้ว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุคอลลีเนียริ (Multicollinearity) ในโมเดล ผลการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Songsom (2023) ซึ่งพบว่าข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ตามหลักการทางสถิติสามารถนำไปใช้สร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างได้อย่างเหมาะสม และไม่พบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุในตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยได้

2. แบบจำลองโครงสร้าง (Structure Model) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งได้ผลการทดสอบค่าความกลมกลืนดังตารางที่ 4 และได้นำเสนอแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับแล้ว ดังตารางที่ 5



ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนแบบจำลองสมการโครงสร้าง

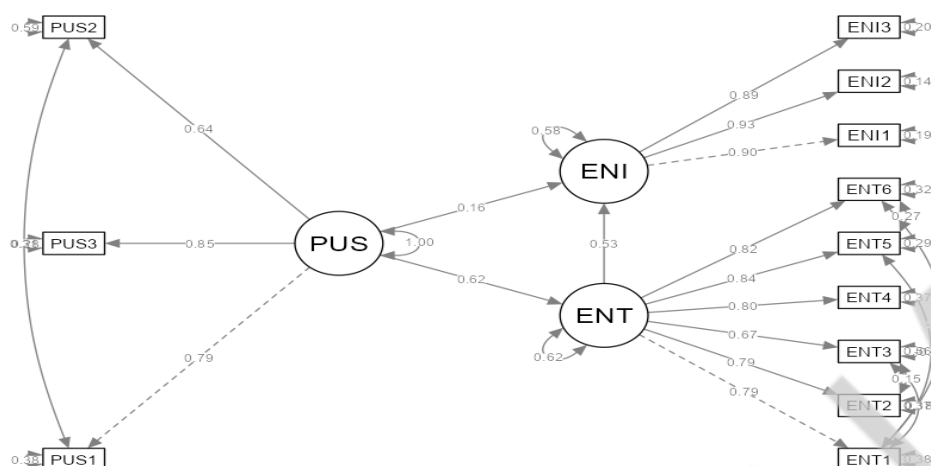
ค่าดัชนีประเมินความสอดคล้อง	เกณฑ์ การพิจารณา	ผลลัพธ์ความสอดคล้อง และความกลมกลืน แบบจำลอง ก่อนปรับ	ผลลัพธ์ ความสอดคล้อง และความกลมกลืน แบบจำลอง หลังปรับ
Chi-Square Statistics	Not Significant	$\chi^2 = 129$, df=51, p-value 0.01	$\chi^2 = 120$, df=45, p-value 0.06
Chi-Square /df	<3.00	2.52	2.66
Tucker-Lewis index: TLI	>0.95	0.94	0.97
Comparative Fit Index: CFI	>0.90	0.96	0.98
Normed fit index: NFI	>0.90	0.93	0.96
Incremental fit index: IFI	>0.90	0.96	0.98
Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI	>0.90	0.91	0.94
Standard Root Mean Square Residual: SRMR	<0.05	0.04	0.03
Root Mean Square of Error approximation: RMSEA	<0.08	0.08	0.05

จากตารางที่ 5 พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างก่อนปรับ ไม่มีความสอดคล้องและความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่า TLI เท่ากับ 0.94 และ RMSEA เท่ากับ 0.08 ไม่ผ่านเกณฑ์ จึงได้มีการปรับตัวแบบ โดยใส่ Error Covariance ของตัวแปรสังเกตได้ ได้แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังปรับ มีความสอดคล้องและความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาผลการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 120 โดยมีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.06 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 45 ค่า TLI, CFI, NFI, IFI, AGFI, SRMR และ RMSEA เท่ากับ 0.97, 0.98, 0.96, 0.98, 0.94, 0.03, 0.05 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาทุกข้อบ่งชี้ให้เห็นว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกันเป็นอย่างดี (Hair et al., 2019)

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์อภิปรัชญาจำแนก 3 ส่วนได้แก่ ผลของอภิปรัชญาทางตรง ทางอ้อม และผลของอภิปรัชญาโดยรวม โดยได้นำเสนอ ดังตารางที่ 6 และได้แสดงการทดสอบตัวแปรต้นกลาง ดังภาพที่ 2

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานอภิปรัชญาทางตรง (DE) อภิปรัชญาทางอ้อม (IE) และอภิปรัชญาโดยรวม (TE) ของการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปรผล	คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ			ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ		
ตัวแปรสาเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย	0.62**	-	0.62**	0.16	0.33**	0.49
คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	-	-	-	0.53**	-	0.53**
R ²	0.38			0.41		
ค่าสถิติ	$\chi^2 = 120$, df = 45, p-value = 0.06, TLI = 0.97, CFI = 0.98, NFI= 0.96, IFI = 0.98, AGFI = 0.94, SRMR = 0.03, RMSEA = 0.05					



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

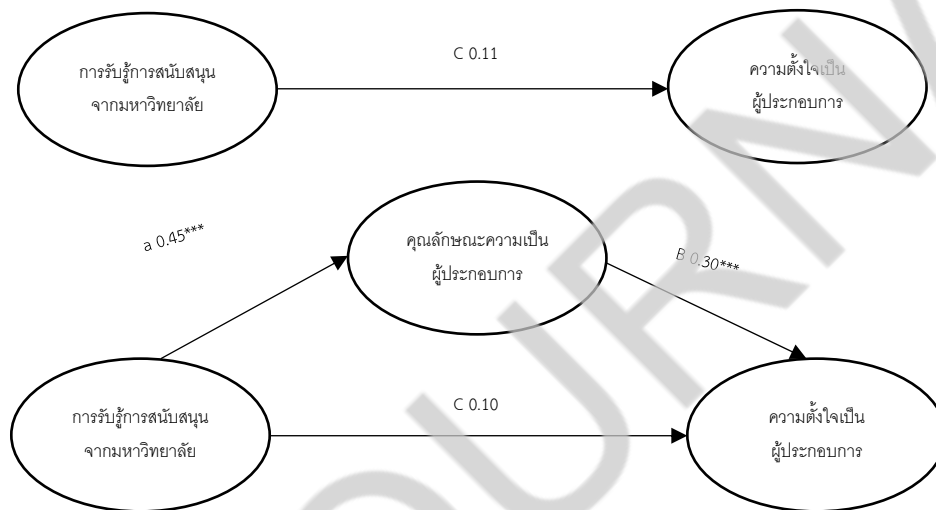
จากตารางที่ 6 และภาพที่ 2 พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.16 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1 ที่กำหนดไว้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาจไม่รับรู้ถึงการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรมจากมหาวิทยาลัยของตนมากกว่าการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากเพื่อนและครอบครัว และการได้รับรู้ถึงความพร้อมด้านอื่นๆ เช่น เงินลงทุนหรือการรับรู้การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ เช่น การจัดหาแหล่งทางการเงินแก่นักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การจัดหาลูกค้าแก่นักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และความต้องการที่จะหางานทำหลังจากจบปริญญาตรี อาจทำให้ยังไม่มีความต้องการที่อยากจะเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นการไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญจากงานวิจัยครั้งนี้จึงอธิบายได้ว่าการได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการหรือความรู้ทางด้านธุรกิจที่ถ่ายทอดจากมหาวิทยาลัยไม่ได้มีโอกาสดำเนินการได้สัมผัสรับรู้ต่อการประกอบธุรกิจของตัวเอง จึงไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดเจตนาต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu et al. (2022) ; Wegner et al. (2020) พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

การรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยส่งผลทางบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.62 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2 ที่กำหนดไว้ เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ส่งเสริมการพัฒนานักศึกษาให้มีการเติบโต เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้สามารถปฏิบัติงานได้ในอนาคต นอกจากนี้ ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากมหาวิทยาลัยส่งเสริมให้นักศึกษามีความสามารถในการแสวงหาโอกาส การริเริ่มความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ใฝ่ใจในการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ และมีความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Voda & Florea (2019) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนี้เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะช่วยนำไปสู่พฤติกรรมหรือการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตของบุคคล อย่างไรก็ตาม การที่จะพัฒนาส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะดังกล่าวมีความจำเป็นที่จะต้องทราบเกี่ยวกับปัจจัยหรือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการรับรู้การสนับสนุนจากสถาบันการศึกษานั้นหมายรวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการที่สอดแทรกไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน ความพยายามในการสร้างกลุ่มอ้างอิงภายในสถาบัน เช่น รุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จ ตลอดจนจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทัศนคติทางบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ การให้ความรู้และวิธีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้นช่วยส่งเสริมคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้ (Thongpoon, 2023)

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.53 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3 ที่กำหนดไว้ เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีการให้ความรู้ทักษะและการเป็นผู้ประกอบการและยังเป็นสถาบันที่ช่วยสร้างความตระหนักและแรงบันดาลใจแก่นักศึกษาในการเลือกอาชีพเป็นผู้ประกอบการในอนาคตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับ Embi et al. (2019) พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากคุณลักษณะดังกล่าว



เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paksutti et al. (2020) ซึ่งได้ระบุคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ ดังนี้ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง 2) ความมีนวัตกรรม 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ และสอดคล้องกับ Petchuay et al. (2021) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้น ต้องอาศัยทรัพยากรและปัจจัยทั้งหลาย รวมถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และหลักการบริหารงานที่เหมาะสม คุณลักษณะดังกล่าวเป็นสิ่งที่สามารถปลูกฝังและพัฒนาได้จากกระบวนการเรียนรู้ การทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง หรือเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongpoon (2023) ; Sornsersombut (2023) พบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา และได้แสดงการทดสอบที่ไม่มีตัวแปรคั่นกลางและการทดสอบที่มีตัวแปรคั่นกลาง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การทดสอบที่ไม่มีตัวแปรคั่นกลางและการทดสอบที่มีตัวแปรคั่นกลาง

จากภาพที่ 3 พบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ผลการศึกษานี้เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 4 ที่กำหนดไว้ เนื่องจากสอดคล้องตามแบบจำลองของ Baron (2014) โดยทำการทดสอบด้วยสมการโครงสร้างพบว่า การรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย (ตัวแปรต้น) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (ตัวแปรคั่นกลาง) ตามเส้นทาง a ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a เท่ากับ 0.45 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (ตัวแปรคั่นกลาง) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (ตัวแปรตาม) ตามเส้นทาง b ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ b เท่ากับ 0.30 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และเมื่อเส้นทาง a และ b ถูกควบคุม เมื่ออิทธิพลคั่นกลางจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นั่นคือถ้าเส้นทาง c' ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.10 ลดลง เมื่อเทียบกับ เส้นทาง c ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.11 แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากแนวคิดของ Polpanthin (2018) ถ้าเส้นทาง c ลดลงไปจนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหลังจากใส่ตัวส่งผ่านแล้วนั้นแสดงว่าเป็นการส่งผ่านแบบเต็มรูป (Full Mediation) แสดงว่า ตัวแปรคั่นกลางนั้นเป็นการส่งผ่านแบบเต็มรูป (Full Mediation) ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้น คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบเต็มรูปความสัมพันธ์ระหว่างการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง การรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสรุปได้ว่า การรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเป็น

2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรต้นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดสรุปได้ว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรต้นกลางแบบเต็มรูปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ และตัวแบบเชิงทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เพื่อช่วยให้ทางสถาบันอุดมศึกษาและภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการและจัดทำแผนกลยุทธ์หรือระบบเครือข่ายเพื่อช่วยส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต และนอกจากนี้ มหาวิทยาลัยสามารถพิจารณาดำเนินการออกแบบหลักสูตรระดับปริญญาตรี และสร้างรายวิชาที่จะสามารถนำไปเป็นพื้นฐานและพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การฝึกงานหรือได้ทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ ธุรกิจ การสื่อสารในการประกอบการ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. สถานศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเรียนการสอนโดยนำคุณลักษณะทั้ง 6 ของผู้ประกอบการมาปรับใช้เป็นแนวทางในหลักสูตรการเรียนการสอนเนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดแต่สามารถสร้างขึ้นได้จากกระบวนการขัดเกลาทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษาเพื่อให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ในอนาคตซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป

2. ภาครัฐควรร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษา ในการส่งเสริมการฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยโครงการดังกล่าวควรมีการวางแผนโครงการ คัดเลือกนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ คัดเลือกผู้สอนที่เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว และมีการประเมินผลโครงการอย่างชัดเจน

3. หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายด้านแหล่งเงินทุน เช่น การเข้าถึงสินเชื่อ โดยการอนุมัติสินเชื่อให้รองรับความต้องการกับนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ เพราะว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่มักจะถูกมองว่ามีความเสี่ยงสูง อีกทั้งนักศึกษายังไม่มีประวัติธุรกรรมทางการเงินที่มั่นคงและไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกันและผู้ประกอบการเกิดความไม่มั่นคงในช่วงเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งยังไม่ครอบคลุมตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่เป็นปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายและงบประมาณรายจ่ายของภาครัฐ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจด้านอื่นๆ รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณโครงการของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องการสร้างความเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ นั้น โดยปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรพิจารณานำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาพร้อมด้วย ซึ่งจะทำให้การวิจัยในอนาคตควรศึกษาปัจจัยเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และศึกษาผลของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาของทั้งมหาวิทยาลัยให้มีความชัดเจนและครอบคลุมประเด็นปัญหาได้มากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการการวิจัยกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ หมดรายวิชาศึกษาทั่วไป ประจำปีการศึกษา 2566 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เท่านั้น ดังนั้น การนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสรุปอ้างอิงกับบริบทของมหาวิทยาลัยอื่น และในประเทศอื่น อาจต้องใช้ความระมัดระวังเนื่องจากแต่ละบริบทมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การวิจัยในอนาคตจึงควรมีการศึกษาในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยอื่น และในประเทศอื่น เพื่อยืนยันและตรวจสอบผลการวิจัยในครั้งนี้ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร



References

- Abhayarathne, M. H. R. (2021). The effect of perceived university support and perceived institutional support on entrepreneurial intentions. *International Conference on Business Research University of Moratuwa*. University of Moratuwa.
- Ajzen, I., Czasch, C., & Flood, M. G. (2009). From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1356-1372. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00485>
- Anjum, T., Phung, S. P. & Ramani, B. V. (2020). Moderating role of university support on the relationship between effective entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *Test Engineering Management*, 83(2), 16377-16387. https://www.researchgate.net/publication/341180722_Moderating_Role_of_University_Support_on_the_relationship_between_Effective_Entrepreneurship_Education_and_Entrepreneurial_Intention
- Anwar, I. & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: An evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 282-295. <https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2018-0044>.
- Baron, R. A. (2014). *Essentials of entrepreneurship: Evidence and practice*. Edward Elgar Publishing.
- Çera, G., Çera, E., Rozsa, Z. & Bilan, S. (2021). Entrepreneurial intention as a function of university atmosphere, macroeconomic environment and business support : A multi-group analysis. *European Journal of Training and Development*, 45(8/9), 706-724. <https://doi.org/10.1108/EJTD-08-2019-0148>.
- Chou, C. P. & Bentler, P. M. (1995). Estimates and tests in structural equation modeling.USA. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Issues and applications* (pp. 55-86). SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Detnakarin, S. & Pongtongmuang, K. (2023). The Influence of environmental factors on entrepreneurial intention of students in faculty of management sciences, Princess of Naraghiwat University. *Journal for Social Sciences Research*, 14(1), 164-178. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ssr/article/view/260587/176292>
- Embi, N. A. C., Jaiyeoba, H. B. & Yussof, S. A. (2019). The Effects of students' entrepreneurial characteristics on their propensity to become entrepreneurs in Malaysia. *Education and Training*, 61(7/8), 1020-1037. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2018-0229>.
- Frese, M. (2000). *Success and failure of microbusiness owners in Africa : A psychological Approach*. Greenwood Publishing Group.
- Gallucci, M. & Jentschke, S. (2022). *SEMLj: Structural Equation Models in jamovi, Computer Software*. Retrieved April 2022, from <https://semli.github.io/>.
- Götz, O., Liehr-Gobber, K. & Krafft, M. (2010). Evaluation of structural equation modelings using the Partial Least Squares (PLS) approach', In V. E. Vinzi, W. W. Chin, Jörg Henseler & H. Wang (Eds.), *Handbook of partial least squares: Concept, methods, and applications* (pp. 691-711). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_30.
- Hair Jr, J. F., Howard, M. C. & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLSSEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.



- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (2nd ed.). Guilford Press.
- Lestari, E. D., Rizkalla, N. & Purnamaningsih, P. (2022). The effect of perceived university support, entrepreneurial self-efficacy and proactive personality in promoting student entrepreneurial intention in Indonesia. *Journal of Management and Business Education*, 5(2), 169-197. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2022.0011>
- Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J. & Paas, F. (2022). Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently?. *Studies in Educational Evaluation*, 73(2), 101-150. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101150>.
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G. & Zhao, D. (2019). *Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention*. Retrieved October 2024, from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Lu, G., Song, Y. & Pan, B. (2021). How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis in China. *Sustainability*, 13(6), 1-25. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30776>.
- Office of Academic Affairs Promotion and Lifelong Learning Management. (2023). *Student name register*. Retrieved June 2023, from <https://reg2.reru.ac.th/studentMis/teach/DisplayStuNameRegis.php>.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *Entrepreneur and medium-sized enterprises and small size*. Retrieved June 2023, from http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/02/14_NS-08_140265.pdf.
- Office of the Permanent Secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation. (2021). *Entrepreneurial orientation*. Retrieved June 2023, from <https://ops.go.th/main/images/30072564P1.pdf>.
- Paksutti, A., Kirdpitak, P. & Malakul Na Ayudhaya, P. (2020). Successful entrepreneur. *Journal of Psychology Kasem Bundit University*, 11(1), 75-85. http://journal.psy.kbu.ac.th/index.php?action_page=20&username=&idUser=&status_log=
- Petchuay, P., Pajit, P. & Rodsisen, R. (2021). Characteristics of entrepreneurs affecting the success of the administration of small and medium enterprises: A case study of palm oil Industry in Surat Thani. *Journal of Management Sciences*, 8(1), 107-124. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/158353/169602>
- Piyawongwattana, P. (2018). *Strategic management technology and innovation* (5th ed.). Chulalongkorn University Press.
- Polpanthin, Y. (2018). The Mediating Roles: Principle And Applied. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 3433-3441. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/166862/120442>
- Ratanasongtham, W. & Tungjirasil, B. (2020). Key success factors of entrepreneurs in small business of furniture manufacturing and distribution : Case study the Lampoon entrepreneurs in Roi Et province. *Journal of Industrial Business Administration*, 2(2), 59-76. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/249086>
- Rocha, A. K. L. D., Moraes, G. H. S. M. D. & Fischer, B. (2022). The role of university environment in promoting entrepreneurial behavior: evidence from heterogeneous regions in Brazil. *Innovation & Management Review*, 19(1), 39-61. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2020-0112>.
- Roi Et Rajabhat University. (2019). *General Education Program*. Retrieved August 2023, from <https://academic.reru.ac.th/2020>.



- Sanjaya, E. L., Suminar, D. R. & Fardana, N. A. (2021). Father nurturance as moderators of perceived family support for college students' entrepreneurial intentions. *Psychosophia: Journal of Psychology, Religion, and Humanity*, 3(2), 84-94. <https://doi.org/10.32923/psc.v3i2.1844>.
- Shi, L., Yao, X. & Wu, W. (2020). Perceived university support, entrepreneurial self-efficacy, heterogeneous entrepreneurial intentions in entrepreneurship education: The moderating role of the Chinese sense of face. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 205-230. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0040>.
- Songsom, A. (2023). Model of entrepreneurial intention of undergraduate students in faculty of economics and business administration, Thaksin university. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 210-226. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/261531>
- Sornsermsombut, P. (2023). Influence of characteristics on entrepreneurial intention : A case study of business administration students, Chiang Mai Rajabhat university. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 15(2), 117-142. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/article/view/194853>
- The Jamovi project. (2021). *Jamovi (Version 2.3.2), Computer Software*. Retrieved September 2024, from <https://www.jamovi.org>.
- Thongpoon, S. (2023). Moderating role of perceived university support on the relationship between entrepreneurial characteristics and entrepreneurial intention among undergraduate students in southern Thailand. *Suratthani Rajabhat Journal*, 10(2), 211-238. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/256573>
- Turatanmanon, P. & Yodwisitsak, K. (2022). The business factors, the characteristics of entrepreneurs and the competitive advantage strategies that lead to the success of online bakery businesses. *Srinakharinwirot Business Journal*, 13(1), 16-31. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/13976>
- Vejayaratnam, N., Paramasivam, T. & Mustakim, S. S. (2019). Digital entrepreneurial intention among private Technical and Vocational Education (TVET) Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(12), 110-120. [https://hrmars.com/papers_submitted/6678/Digital_Entrepreneurial_Intention_among_Private_Technical_and_Vocational_Education_\(TVET\)_Students_2.pdf](https://hrmars.com/papers_submitted/6678/Digital_Entrepreneurial_Intention_among_Private_Technical_and_Vocational_Education_(TVET)_Students_2.pdf)
- Voda, A. I. & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(1), 1-34. <https://doi.org/10.3390/su11041192>.
- Wegner, D., Thomas, E., Teixeira, E. K. & Maehler, A. E. (2020). University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(2), 307-325. <https://10.1108/IJEBR-10-2018-0648>.
- Wiratchai, N. (1999). *LISREL Model : Statistics for Research* (3rd ed.). Chulalongkorn University Press.