

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

Entrepreneurial Competency in Digital Era of Students

ศศิพิสุทธิ์ หงษ์สมบัติ¹ สุภาวดี อีสณพงษ์¹ รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์²

และ ศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ^{3*}

*Sasiphisut Hongsombud¹, Supawadee Isanapong¹, Rapheepan Phonginwong²
and Sasipimmas Hongsombud^{3*}*

¹ฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ ต. บัวทอง อ. เมือง จ. บุรีรัมย์ 31000

¹Research and Development Department, Buriram Community College, Mueang District, Buri Ram 31000, Thailand

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จ. บุรีรัมย์ 31000

²Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University, Buri Ram 31000, Thailand

³คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี จ. สุพรรณบุรี 72000

³Faculty of Liberal Arts, National Sports University, Suphan Buri Campus, Suphan Buri 72000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: malee3000@hotmail.com

(Received: March 1, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 26, 2025)

Abstract: The objectives of this research were as follows: 1) to analyze the components of students' entrepreneurial competency in digital era, and 2) to examine the coherence among the components of students' entrepreneurial competency in digital era. This research employed a mixed method. Data were collected in two formats: qualitative research using interviews and quantitative research using a 5-level rating scale questionnaire. The target group for the qualitative research consisted of two community representatives and five experts, including entrepreneurs, business administration academics, educational administration academics, marketing academics, and finance academics. Quantitative research 521 community college students, selected via stratified random sampling. Data were analyzed using confirmatory factor analysis with the LISREL program. The results of the research showed that 1) the components of students' entrepreneurial competency in digital era consisted of four components: (1) Entrepreneurial Skill Set, (2) Entrepreneurial Knowledge Set, (3) Entrepreneurial Mindset, and (4) Entrepreneurial Practices. 2) The measurement model of each component developed based on theory and prior research was positively consistent with the empirical data; P -value = 0.00, chi-square/df = 1.68, GFI = 0.96, AGFI = 0.953, SRMR = 0.043 and RMSEA = 0.036.

Keywords: entrepreneurial competency, digital era, students

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 2) ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี เก็บข้อมูล 2 รูปแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้แทนจากชุมชน 2 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านการบริหารการศึกษา นักวิชาการด้านการตลาด นักวิชาการด้านการเงิน และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชน จำนวน 521 คน โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ วิเคราะห์

ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม LISREL ผลการวิจัย พบว่า 1) องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (2) ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (3) กรอบความคิดของผู้ประกอบการ และ (4) การปฏิบัติของผู้ประกอบการ 2) โมเดลองค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องในระดับดี ผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องพิจารณาค่า $p\text{-value} = 0.00$ Chi-square/df = 1.689 GFI = 0.967 AGFI = 0.954 SRMR = 0.043 และ RMSEA = 0.036

คำสำคัญ: สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ยุคดิจิทัล นักศึกษา

คำนำ

การพัฒนาของโลกเทคโนโลยีนำไปสู่สังคมดิจิทัล ส่งผลต่อการผลิตคนให้ตรงกับความต้องการของโลก เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development goals: SDGs) คือการเพิ่มเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะการทำงานและเป็นผู้ประกอบการ (Office of the Education Council, 2018) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 มุ่งให้ระดับอุดมศึกษาสร้างบัณฑิตที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ วิทยาลัยชุมชนมีผู้เรียนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ซึ่งล้วนอยู่ในโลกของการประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนา (Hussain *et al.*, 2021) ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล หมายถึง ผู้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างธุรกิจใหม่ หรือปรับปรุงธุรกิจเดิมในยุคดิจิทัล (Le Dinh *et al.*, 2018) ความสามารถของผู้ประกอบการยุคดิจิทัลจึงเป็น “สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล” ซึ่งแนวคิดสมรรถนะเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1970 โดย Professor Dr. David C. McClelland นักจิตวิทยามหาวิทยาลัย Harvard สรุปองค์ประกอบสมรรถนะ ได้แก่ 1) skills คือ สิ่งที่บุคคลกระทำและฝึกปฏิบัติจนชำนาญ 2) knowledge คือ ความรู้เฉพาะด้านของบุคคล 3) self-concept คือ ทักษะคิด ค่านิยมและความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน 4) trait คือ บุคลิกประจำตัวของบุคคล และ 5) motive คือ แรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมมุ่งไปสู่สิ่งที่เป็นเป้าหมาย นอกจากนั้น Markow *et al.* (2018) กล่าวถึงทักษะที่สำคัญในยุคที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ 1) การทำงานร่วมกับผู้อื่น

2) การใช้เครื่องมือดิจิทัล 3) การนำทักษะอื่น ๆ มาใช้ในสถานการณ์จริงได้

วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านทุ่งมนอินทรีย์ และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทโรงามพัฒนา พบปัญหาขาดคนรุ่นใหม่ที่จะมาช่วยต่อยอดกิจกรรมของชุมชน และมีความเข้าใจธุรกิจยุคดิจิทัล

การวิจัยที่ผ่านมา พบว่าผู้ประกอบการดิจิทัล มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การก่อตั้งหน่วยธุรกิจดิจิทัล 2) การแข่งขันเชิงรุกด้วยดิจิทัล 3) อีสรภาพการดำรงธุรกิจยุคดิจิทัล และ 4) การวิจัยและพัฒนาด้านดิจิทัล (Niyawanont and Wanarat, 2021) สมรรถนะดิจิทัลผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรู้ดิจิทัล 2) วิสัยทัศน์ดิจิทัล 3) การบริหารจัดการและนำองค์กรดิจิทัล 4) วัฒนธรรมดิจิทัล (Chatchawan and Vaisopha, 2023) การศึกษารั้วนี้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อลดอคติจากมุมมองผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และนักศึกษา ซึ่งโมเดลสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาจะช่วยเตรียมคนรุ่นใหม่ในระดับอุดมศึกษา และตอบสนองความต้องการของชุมชนที่มีทิศทาง ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับชุมชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 2) ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed methods) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการแจกแบบสอบถาม (questionnaire) กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนในช่วง มกราคม – มิถุนายน 2567 เป็นเวลา 24 สัปดาห์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ระยะ

ระยะที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้แทนชุมชน 2 คน วิชาทกิจชุมชนสมุนไพร่ไพโรงามพัฒนา ต. โคกกกลาง อ.ลำปลายมาศ จ.บุรีรัมย์ และวิชาทกิจชุมชนบ้านทุ่งมนอินทรีย์ ต.เมืองยาง อ.ขำนิ จ.บุรีรัมย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านการบริหาร การศึกษา นักวิชาการด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการเงิน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

ระยะที่ 2 ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

ประชากร คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ วิทยาลัยชุมชนยโสธร วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร และวิทยาลัยชุมชนหนองบัวลำภู ในปีการศึกษา 2567 จำนวน 1,804 คน โดยสุ่มแบบชั้นภูมิ ดังนี้ วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ 526 คน วิทยาลัยชุมชนยโสธร 448 คน วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร 627 คน และวิทยาลัยชุมชนหนองบัวลำภู 203 คน

กลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน อย่างไรก็ตาม การกำหนด

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของโมเดล LISREL คือขนาดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่า ต่อพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด 14 ตัว (Hair *et al.*, 2019) ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงต้องไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบการยุคดิจิทัลในบริบทของนักศึกษา ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (item-objective congruence: IOC) ซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อคำถาม

ระยะที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (item-objective congruence: IOC) ซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (try-out) กับนักศึกษา ในปีการศึกษา 2567 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) อยู่

ในช่วง 0.676 – 0.899 ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.6 (Cohen *et al.*, 2003) แสดงถึงความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี ถึงดีมาก และความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่า factor loading ของแต่ละตัวแปรอยู่ในช่วง 0.613 – 0.905 ซึ่ง factor loading ของแต่ละตัวแปรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.4 (Carlo and Randall, 2002) แสดงถึงความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในการวัดตัวแปร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เกี่ยวกับตัวบ่งชี้องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา กับ 2 กลุ่มหลัก

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน ที่มีประสบการณ์ตรงในการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อมในบริบทชุมชน ข้อมูลจากกลุ่มนี้สะท้อนความต้องการจริงของพื้นที่

กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านบริหารการศึกษานักวิชาการด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการเงิน ข้อมูลจากกลุ่มนี้เป็นนักวิชาการเฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง โดยสามารถแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของ “สมรรถนะ” ได้อย่างเป็นระบบ และมีพื้นฐานทางทฤษฎีที่รองรับ ช่วยยืนยันความสมบูรณ์ของแบบจำลอง (model validity) และทำให้การสร้างเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับทฤษฎีและหลักวิชาการ

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและทางออนไลน์ กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ งานวิจัยครั้งนี้เก็บตัวอย่างได้

จำนวน 521 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยนำข้อมูลจาก 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย กลุ่มตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยเน้นการสังเคราะห์ประเด็นที่สอดคล้องกัน เพื่อนำไปสกัดเป็น “ตัวบ่งชี้” (indicators) ภายใต้อิงโครงสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จำนวน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทักษะ (skills) ความรู้ (knowledge) กรอบความคิด (mindset) การปฏิบัติ (practical) ตัวบ่งชี้ที่ผ่านการสังเคราะห์ข้างต้นถูกนำไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-point likert scale) ครอบคลุม แต่ละองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ภายในอย่างชัดเจน

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก (first order confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวบ่งชี้ (indicators) กับ องค์ประกอบแฝงระดับแรก (latent variables) ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จำนวน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทักษะ (skills) ความรู้ (knowledge) กรอบความคิด (mindset) การปฏิบัติ (practical) 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (second order confirmatory factor analysis) เพื่อทดสอบว่า องค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้านข้างต้น สามารถรวมกันเป็นโครงสร้างระดับสูง (second-order latent construct) ที่เรียกว่า “สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา” ได้อย่างมีนัยสำคัญ การวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งสองระดับดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มี 4 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) ประกอบด้วย 1.1) กลยุทธ์พื้นฐานในการทำตลาด (BM) 1.2) การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model (IS) 1.3) การใช้สื่อสังคม รวมถึงการผสมผสานสื่อออนไลน์กับออฟไลน์ (UM) 1.4) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (DT) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) ประกอบด้วย 2.1) ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ (BF) 2.2) ความรู้ด้านดิจิทัล (DL) 2.3) การทำตลาดแบบ e-marketing (PM) 2.4) ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ

(LE) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) ประกอบด้วย 3.1) การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก (GM) 3.2) การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น (OM) 3.3) ความยืดหยุ่นในการปรับตัว (AM) และองค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) ประกอบด้วย 4.1) แผนวาสนสำหรับผู้ประกอบการ (EC) 4.2) แผนวาสนการจัดการโครงการ (MC) 4.3) กราฟิกคอมพิวเตอร์ (CG)

ส่วนที่ 2 ผลการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) ดังแสดงใน Figure 1

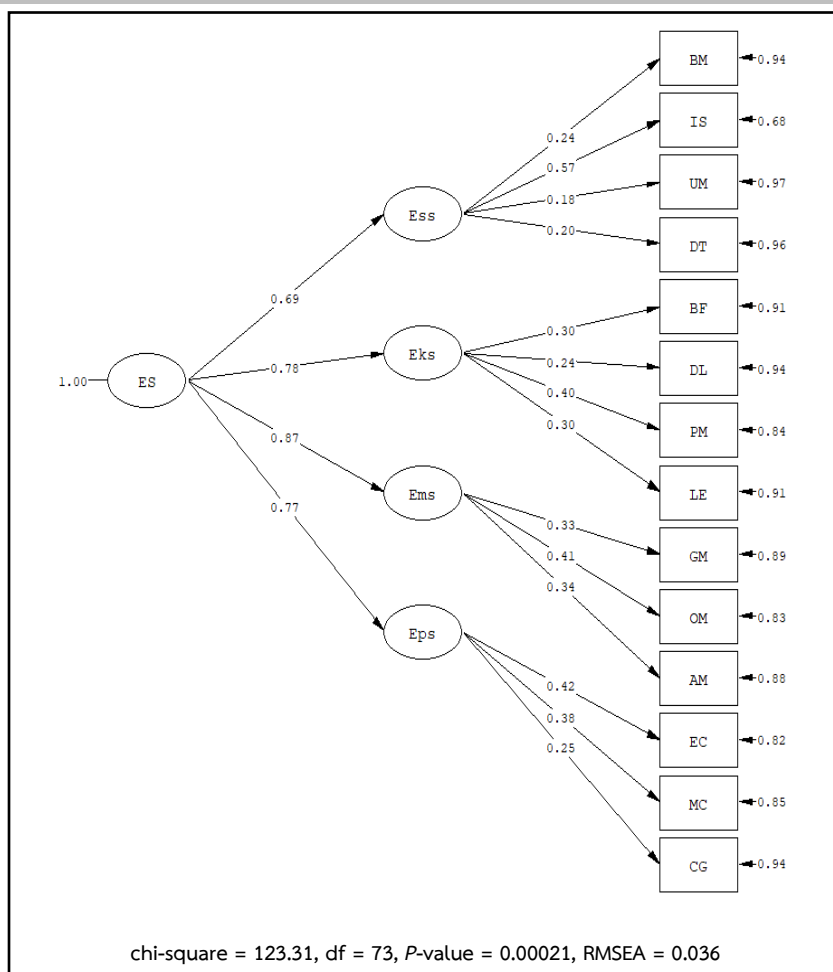


Figure 1. Component's consistency analysis of entrepreneurs' competency in digital era of student

ผลการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.689 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (goodness of - fit - index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว

(adapted goodness-of-fit index : AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.954 ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของเศษมาตรฐาน SRMR (standardized root mean squared residual) มีค่าเท่ากับ 0.043 ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ RMSEA (root mean square error of approximation) มีค่าเท่ากับ 0.036 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงใน Table 1

Table 1. Statistical to assess the consistency of the model with empirical data

Index	Criteria	Statistical obtained from the analysis
χ^2/df	<3	1.689
GFI	≥ 0.90	0.967
AGFI	≥ 0.90	0.954
SRMR	<0.05	0.043
RMSEA	<0.05	0.036
Conclusion through the criteria consistent with empirical data		

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา พบว่าองค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) และองค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.69 – 0.87 แสดงว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายถึงสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ พบว่าจากตัวบ่งชี้ 14 ตัวบ่งชี้ มี 5 ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.30) จึงคัดออก ดังนั้น สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 9 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) 1 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model (IS) (0.57) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ (BF) (0.30) 2) การตลาดแบบ e-Marketing (PM) (0.40) 3) ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ (LE) (0.30) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก (GM) (0.33) 2) การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น (OM) (0.41) 3) ความยืดหยุ่นในการ

ปรับตัว (AM) (0.34) องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) 2 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ (EC) (0.42) 2) แคนวาสการจัดการโครงการ (MC) (0.38)

วิจารณ์

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ชุดทักษะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model 2) ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ การตลาดแบบ e-marketing ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ 3) กรอบความคิดของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น ความยืดหยุ่นในการปรับตัว 4) การปฏิบัติของผู้ประกอบการ ได้แก่ แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ แคนวาสการจัดการโครงการ สอดคล้องกับ Chankan et al. (2024) ศึกษาสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่ามี 3 ด้าน ดังนี้ 1) ความรู้ คือ ความรู้ธุรกิจทั่วไป ความรู้การออกแบบเบื้องต้นของโมเดลธุรกิจ ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและภาษีอากร 2) ทักษะ คือ ความสามารถในการปฏิบัติงาน การสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ 3) คุณลักษณะคือ ความรับผิดชอบในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ การมีจริยธรรมทางธุรกิจ

องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การบูรณาการ SWOT, TOWS และ Five Forces Model ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษาควรมีทักษะเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ SWOT, TOWS และ Five Forces Model ในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ สอดคล้องกับ Gunawan (2024) ศึกษาผลกระทบของลักษณะและสมรรถนะของผู้ประกอบการต่อประสิทธิภาพทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอินโดนีเซีย พบว่าทักษะด้านกลยุทธ์และการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการรอบความสามารถด้านผู้ประกอบการ องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ การตลาดแบบ e-Marketing และ ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ สอดคล้องกับ Thongaiam and Sapsanguanboon (2022) ศึกษากระบวนการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล พบว่า ความรู้เกี่ยวกับตัวธุรกิจเป็นหนึ่งในความรู้ที่สำคัญในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับ Naklungka *et al.* (2025) ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ พบว่า วิชาที่มีความต้องการเรียนมากที่สุดคือ การตลาดออนไลน์ สอดคล้องกับ Nakruang *et al.* (2021) กล่าวว่าความสามารถของผู้ประกอบการในการบูรณาการความรู้มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ Sanchez-Vera and Lopez-Vicent (2024) กล่าวว่ามีความจำเป็นต้องใช้แนวทางสหวิทยาการในระดับอุดมศึกษาโดยผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ จากเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ และการศึกษา เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น ความยืดหยุ่นในการปรับตัว สอดคล้องกับ Phungphol *et al.* (2020) ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะทางปัญญา

เชิงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทยยุคใหม่ เพื่อผลประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 พบว่าการกล้าเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่ โดยมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก เป็นสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ สอดคล้องกับ Korte *et al.* (2018) ศึกษาบทบาทของความเห็นอกเห็นใจในผู้ประกอบการ ความสามารถหลักในการรอบความคิดของผู้ประกอบการ พบว่า ความเห็นอกเห็นใจ เป็นกระบวนการทางปัญญาและอารมณ์ที่สำคัญของทัศนคติของผู้ประกอบการ เนื่องจากช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตอบสนองความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับ Santos and Torkomian (2021) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการดิจิทัล : การศึกษาหลายกรณีในธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่าความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นคุณลักษณะเบื้องต้นที่ต้องมีในผู้ประกอบการดิจิทัล องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ ได้แก่ แผนวาทสำหรับผู้ประกอบการ และแผนวาทการจัดการโครงการเป็นความสามารถในการเข้าใจภาพรวมของธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้ากลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Pantang *et al.* (2024) ศึกษาการพัฒนาโมเดลธุรกิจแคนวาสแบบมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามารถในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลไม้แปรรูปบ้านเสี้ยว พบว่า การใช้โมเดลธุรกิจแคนวาสช่วยเพิ่มความสามารถการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Morched and Jarbou (2025) ศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างการบริหารโครงการและการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า การบูรณาการวิธีการจัดการโครงการกับแนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบการจะนำไปสู่การตัดสินใจและการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้นในการเพิ่มความสำเร็จของธุรกิจ

สรุป

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้สะท้อนความคาดหวังของภาคชุมชนและวิชาการต่อ “ต้นแบบ” นักศึกษาที่เข้าสู่โลกธุรกิจดิจิทัล การตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ 9 ตัวบ่งชี้ พบความแตกต่างจากมุมมองของภาคชุมชนและวิชาการ ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านประสบการณ์ในพื้นที่

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในการวางแผนพัฒนาที่เน้นตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักสูงสุด การพัฒนาเครื่องมือวัดสมรรถนะ และการสร้างฐานข้อมูลผู้ประกอบการในชุมชนเพื่อสนับสนุนนโยบายเชิงพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

- Carlo, G. and B.A. Randall. 2002. The development of a measure of prosocial behaviors for late adolescents. *Journal of Youth and Adolescence* 31(1): 31-44.
- Chankan, C., C. Chatrurachewin and S. Chaowachai. 2024. Model for developing entrepreneurial competency of students in educational institutions under Office of the Vocational Education Commission. *Journal of MCU Peace Studies* 12(2): 567-581. (in Thai)
- Chatchawan, N. and K. Vaisopha. 2023. The factors analysis of digital competency for education management administrators under the Loei Primary Education Area 1. *Ratanabuth Journal* 5(1): 169-182. (in Thai)
- Cohen, J., P. Cohen, S. G. West and L. S. Aiken. 2003. *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*. 3rd ed. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey. 703 p.
- Gunawan, A. F. 2024. The impact of entrepreneurial characteristics and competencies on business performance in the creative industry in Indonesia. *Asian Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 18(3): 300-317.
- Hair, J.F., W.C. Black., B.J. Babin and R.E. Anderson. 2019. *Multivariate Data Analysis*. 8th ed. Cengage Learning, Hampshire. 813 p.
- Hussain, B.M., U. Baig, V. Davidaviciene and I. Meidute-Kavaliauskiene. 2021. A thoughtful insight on women entrepreneur's investment attitude. *Economies* 9(4): 187, doi : org/10.3390/economies9040187
- Korte, R., K. A. Smith and C.Q. Li. 2018. The role of empathy in entrepreneurship: A core competency of the entrepreneurial mindset. *Advances in Engineering Education* 7(1). <https://file.eric.ed.gov/fulltext/EJ1199603.pdf>
- Le Dinh, T., M.C. Vu and A. Ayayi. 2018. Towards a living lab for promoting

- the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship* 22(1): 1–17.
- Markow, W., D. Hughes and A. Bundy. 2018. *The New Foundational Skills of the Digital Economy*. Burning Glass Technologies, Boston. 63 p.
- Morched, S and A. Jarboui. 2025. Synergy between project management and entrepreneurship. *IntechOpen*. doi : 10.5772/intechopen.1008296.
- Naklungka, K., K. Khumprasert, K. Photimane and P. Akarat. 2025. Strategy for developing short-term curriculum to promote modern entrepreneurial skills. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review* 14(1): Article 23, doi: 10.14456/tisn.2025.23. (in Thai)
- Nakruang, D., K. Donkwa and A. Suvittawat. 2021. Effect of entrepreneurial orientation on corporate sustainability performance: Mediating role of differentiation and the knowledge integration capability of community enterprises in three southern border provinces. *Journal of Community Development and Life Quality* 9(1): 39-50. (in Thai)
- Niyawanont, N. and S. Wanarat. 2021. Structural equation modelling of digital entrepreneurship, logistics innovation, and digital transformation influence on logistics performance of logistics entrepreneurs in Thailand. *ABAC Journal* 41(4): 147-174.
- Office of the Education Council. 2018. *Entrepreneurship Education*. Prikwhan Graphic, Bangkok. 237 p. (in Thai)
- Pantang, P., T. Thamee and D. Buntam. 2024. Development of participatory business model canvas to increase business capability of Ban Siao processed fruit community enterprise. *Modern Management Journal* 22(1): 41-58. (in Thai)
- Phungphol, W., V. Jadesadalug and J. Sansook. 2020. The development of business intellectual competency for modern Thai SMEs towards business performance in Thailand 4.0 era. *Dusit Thani College Journal* 14(2): 341-360. (in Thai)
- Sanchez-Vera, M. del M, and P. Lopez-Vicent. 2024. The competence of digital entrepreneurship in education: Analysis of the perception of university students. *Intangible Capital* 20(2): 376-392.
- Santos, E. A. dos and A. L. V. Torkomian. 2021. Characteristics of the digital entrepreneur: a multicase study in startups. *International Journal of Innovation* 9(2): 219-238.
- Thongeam, S and W. Sapsanguanboon. 2022. The study of skills development methodology for entrepreneur in digital era. *Journal of Accountancy and Management* 14(1): 32-42. (in Thai)
- Yamane, T. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. Harper and Row, New York. 1130 p.