

การออกแบบและประเมินการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ

ด้วยโมเดล “Spark → MVP → Pitch”

DESIGN AND EVALUATION OF ENTREPRENEURIAL LEARNING IN THE STARTUP BUSINESS COURSE USING THE “SPARK → MVP → PITCH” MODEL

ศุทธิกานต์ คงคล้าย

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

Sutthikarn Khong-khai

Program in Business Administration and Entrepreneurship, Maejo University-Chumphon Campus

Corresponding Author E-mail : mjuonn@gmail.com

(Received : July 16, 2025; Edit : July 25, 2025; accepted : July 28, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยในชั้นเรียนแบบเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาโมเดลการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้โมเดล “Spark → MVP → Pitch” และ 2) ประเมินประสิทธิผลของโมเดลดังกล่าวในการส่งเสริมสมรรถนะเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษาในด้านความคิดสร้างสรรค์ การลงมือปฏิบัติ และการนำเสนอ พร้อมการสะท้อนผล กลุ่มประชากรคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำนวน 18 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ โมเดล “Spark → MVP → Pitch” ใบงาน แบบประเมินรูบริก และแบบสะท้อนผล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า โมเดลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ได้จริงในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ออนไลน์ โดยช่วยจัดโครงสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นระบบ และเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้เข้ากับประสบการณ์ของผู้เรียนได้อย่างตามหลักการของการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน (Lean Startup) นักศึกษาแสดงพัฒนาการอย่างชัดเจนในด้านการคิดสร้างสรรค์ การริเริ่มแนวคิดใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นต่ำ (Minimum Viable Product: MVP) และการนำเสนอผ่านกิจกรรม “Pitch” ซึ่งช่วยส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และการสะท้อนตนเองในสถานการณ์จำลอง อย่างไรก็ตาม พบประเด็นที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมในด้านทักษะการตอบคำถามเชิงกลยุทธ์ในกิจกรรม “Pitch” งานวิจัยนี้จึงสะท้อนถึงศักยภาพของโมเดล “Spark → MVP → Pitch” ในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมายและเป็นระบบ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่นเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการของนักศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐาน AUN-QA และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

คำสำคัญ : โมเดล Spark→MVP→Pitch, การเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ, การเรียนรู้เชิงประสบการณ์, ลีนสตาร์ทอัพ, การเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

This classroom-based qualitative study aimed 1) to develop an entrepreneurial learning model for the Startup Business course using the “Spark → MVP → Pitch” framework, and 2) to evaluate the model’s effectiveness in enhancing students’ entrepreneurial competencies in creative thinking, practical implementation, and presentation with reflective learning. The population consisted of 18 third-year students enrolled in the Startup Business course in the Business Administration and Entrepreneurship program at Maejo University–Chumphon. The research instruments included the “Spark → MVP → Pitch” model, worksheets, rubric-based assessments, and reflective journals. Data were analyzed through qualitative content analysis. The findings revealed that the model was practical and applicable in an online learning environment. It effectively structured the learning process and aligned with entrepreneurial learning principles, while also integrating the Lean Startup concept. Students demonstrated significant development in entrepreneurial competencies, including creative idea generation, the creation of Minimum Viable Products (MVPs), and strategic presentation through the “Pitch” activity. This activity notably enhanced their analytical thinking, business communication, and self-reflection within simulated business scenarios. However, one area requiring further improvement was students’ strategic question-and-answer skills during the Pitch session. Overall, the study highlights the potential of the “Spark → MVP → Pitch” model as a meaningful and systematic learning innovation that can be adapted to other courses to foster entrepreneurial competencies aligned with AUN-QA standards and 21st-century skills.

Keywords : Spark→MVP →Pitch Model, Entrepreneurial Learning, Experiential Learning, Lean Startup, Entrepreneurship

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 ระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาบัณฑิตที่ไม่เพียง มีความรู้ทางวิชาการแต่ต้องมีทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการปรับตัว และกรอบความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้กับสังคม (World Economic Forum, 2020; Dweck, 2006) หนึ่งในทักษะสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างต่อเนื่องคือ “ความเป็นผู้ประกอบการ” ซึ่งครอบคลุมทั้งการคิดเชิงกลยุทธ์ การจัดการความเสี่ยง และการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์สังคม (Lackéus, 2015; Fayolle & Gailly, 2015) ทักษะเหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและสร้างเส้นทางของตนเองในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเชื่อมโยงองค์ความรู้เข้ากับตัวตนของผู้เรียน (Gibb, 2002; Lackéus, 2020) มีส่วนช่วยส่งเสริมแรงจูงใจภายในและการเรียนรู้ที่ลึกซึ้ง โดยเฉพาะเมื่อผู้เรียนได้พัฒนาแนวคิดจากสิ่งที่ตนเองสนใจ ทักษะผู้ประกอบการในบริบทอุดมศึกษาจึงไม่ได้หมายถึงการเป็นเจ้าของธุรกิจเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ กล้าตัดสินใจ ฝึกวางแผน ทดลอง และเรียนรู้จากข้อผิดพลาด (Fayolle & Gailly, 2015; Neck & Greene, 2011) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนากรอบความคิดแบบเติบโต

หลังการระบาดของโควิด-19 การเรียนออนไลน์กลายเป็นกระแสหลักในสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย การเปลี่ยนผ่านนี้ท้าทายผู้สอนในการกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถส่งเสริมทักษะปฏิบัติและทักษะผู้ประกอบการในสภาพแวดล้อมออนไลน์ แม้จะมีโครงการส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการ เช่น SPARK 1.0 Incubator (King's Entrepreneurship Lab, 2024) และ INCubatoredu (Uncharted Learning, 2024) แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นกิจกรรมนอกหลักสูตร ไม่ได้บูรณาการเป็นกระบวนการเรียนรู้ในรายวิชา ทั้งนี้การส่งเสริมจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการในตัวผู้เรียนไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยธรรมชาติ หากแต่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายชัดเจน ผู้เรียนควรได้รับการปลูกฝังให้มีความคิดสร้างสรรค์ มองเห็นโอกาสกล้าตัดสินใจ แสดงภาวะผู้นำ และบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ควรแทรกอยู่ในกระบวนการเรียนรู้ที่ออกแบบอย่างเหมาะสม โดยมีระบบการศึกษานับสนุนผ่านกรอบหลักสูตรและมาตรฐานการจัดการเรียนรู้ แม้ว่าหลักสูตรด้านผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาจะเริ่มให้ความสำคัญกับการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ แต่ยังคงขาดแนวทางที่เป็นระบบในการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการทดลองสร้างธุรกิจและการนำเสนอแนวคิดอย่างมืออาชีพ (จิรพงศ์ อ่อนน้อม และคณะ, 2566) แม้วาระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทยจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทักษะผู้ประกอบการเพื่อรองรับความต้องการแรงงานในยุคปัจจุบัน แต่หลักสูตรจำนวนมากยังคงมุ่งเน้นเพียงการสอนด้านการสร้างธุรกิจใหม่ ขาดการบูรณาการทักษะปฏิบัติจริงและแนวคิดเชิงผู้ประกอบการอย่างรอบด้าน ส่งผลให้นักศึกษาหลายคนยังขาดความมั่นใจและขาดโอกาสฝึกลงมือทำในสถานการณ์จริง เช่น การประเมินแนวคิด การทดลองพัฒนาและนำเสนอไอเดียธุรกิจ สภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับโลกความเป็นจริง ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรจึงควรปรับเนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้ให้ครอบคลุมการปลูกฝังกรอบความคิดแบบผู้ประกอบการผ่านการปฏิบัติจริงและกรณีศึกษาหลากหลาย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการคิดริเริ่มและปรับตัวของผู้เรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและเศรษฐกิจศตวรรษที่ 21 (Luo, Nong & Suacamram, 2023)

จากปัญหาและช่องว่างของการศึกษาที่กล่าวมา งานวิจัยในชั้นเรียนครั้งนี้ จึงดำเนินการพัฒนาและนำเสนอโมเดล “Spark → MVP → Pitch” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างทักษะและกรอบความคิดเชิงผู้ประกอบการให้นักศึกษาในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร โดยการออกแบบกิจกรรมทั้งหมดอ้างอิงกรอบแนวคิดของทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivist Theory) ในการช่วยวางฐานปรัชญาการเรียนรู้ของโมเดลดังกล่าวโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เชื่อมโยงความรู้กับชีวิตจริง และสร้างคุณค่าการเรียนรู้ที่ไม่หยุดอยู่แค่ในห้องเรียน แต่ขยายออกไปสู่สังคมภายนอก และทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของ Kolb (1984) ซึ่งมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ผ่านการปฏิบัติจริง การสะท้อนผล และการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ ในโลกจริง

โมเดลนี้ผสมผสานหลักการสำคัญของการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการเข้ากับแนวทางของแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน (Lean Startup) (Ries, 2011) ในทุกขั้นตอน โดยขั้น “Spark” มุ่งเน้นให้ผู้เรียนค้นพบและจุดประกายแนวคิดจากประสบการณ์หรือปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตนเอง เป็นจุดเริ่มต้นที่ช่วยกระตุ้นแรงบันดาลใจและพัฒนามุมมองใหม่ในการมองหาโอกาสทาง

ธุรกิจ ขึ้น “MVP” ให้นักศึกษาได้ลงมือออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นต่ำ พร้อมทั้งนำไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายจริงตามหลักสร้าง วัดผล และเรียนรู้ (Build-Measure-Learn) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสามารถปรับปรุงแนวคิดตามข้อมูลที่ได้รับ ขณะที่ขึ้น “Pitch” เป็นกระบวนการฝึกนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจและการสะท้อนผลการเรียนรู้ ซึ่งครอบคลุมการประเมินทั้งตนเอง เพื่อนร่วมชั้น และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร และความร่วมมือ ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน ดังนั้น ในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการเรียนรู้ด้วยโมเดลดังกล่าวในบริบทของการเรียนการสอนออนไลน์ในระดับอุดมศึกษา กระบวนการเรียนรู้ตามโมเดลนี้ยังเป็นไปตามกรอบคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งอาเซียน (AUN-QA) โดยเน้นการลงมือปฏิบัติจริง การสะท้อนประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับบริบทและชีวิตจริงของผู้เรียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างรอบด้านและตอบโจทย์สังคม เศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 (Kolb, 1984; Ries, 2011; ASEAN University Network, 2020)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้โมเดล “Spark → MVP → Pitch” ของนักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัย แม่โจ้-ชุมพร
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของกระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้โมเดล “Spark → MVP → Pitch” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะด้านความคิดสร้างสรรค์ การลงมือปฏิบัติ และการนำเสนอพร้อมการสะท้อนตนเองของนักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory: ELT)

ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Kolb (1984) เป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ โดยเน้นว่าการเรียนรู้ที่แท้จริงเกิดขึ้นผ่านวงจรสี่ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การมีประสบการณ์ตรง (Concrete Experience) กล่าวคือ ผู้เรียนเผชิญสถานการณ์ใหม่หรือมองประสบการณ์เดิมในมุมใหม่
- 2) การสะท้อนผล (Reflective Observation) หลังจากได้รับประสบการณ์ ผู้เรียนมีการไตร่ตรองและวิเคราะห์ประสบการณ์จากหลายมุมมอง
- 3) การสร้างแนวคิด (Abstract Conceptualization) กล่าวคือ สังเคราะห์ข้อมูลจนเกิดแนวคิดใหม่หรือ ปรับความเข้าใจเดิม
- 4) การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation) โดยผู้เรียนได้ลงมือทดลองใช้ความรู้และแนวคิดในบริบทจริงซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรการเรียนรู้รอบถัดไป

Kolb (1984) เน้นว่าคุณภาพการเรียนรู้ขึ้นกับการครอบคลุมทั้งสี่ขั้นตอนในวงจรประสบการณ์ และแนวคิดนี้มีรากฐานจากคอนสตรัคติวิสต์ที่เน้นการปฏิบัติและการสะท้อนผลมากกว่าการถ่ายทอดความรู้แบบตายตัว (Gibb, 2002) ซึ่งช่วยเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการทำงานเป็นทีม เหมาะกับกิจกรรมปฏิบัติจริง เช่น โครงการ กรณีศึกษา และฝึกงานในระดับอุดมศึกษา ตัวอย่างการประยุกต์ เช่น โปรแกรม Experiential Learning Scholars Program ที่ Middle Tennessee State University ที่เน้นการฝึกงานและการเรียนรู้ภาคสนาม (Austin & Rust, 2015) รวมถึงงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักศึกษา (Saragih et al., 2025) ซึ่งสะท้อนว่าทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ ทฤษฎีนี้ยังเหมาะกับการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการที่เน้นการริเริ่ม ปฏิบัติจริง และการสะท้อนผล ในบริบทที่เปลี่ยนแปลง (Rae, 2006) จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาโมเดลครั้งนี้ เพื่อส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม

2. การเรียนรู้ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Learning)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มีบทบาทสำคัญทั้งในระดับบุคคลและเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าใหม่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและไม่แน่นอน (Volkmann et al., 2021) ซึ่งแตกต่างจากการจัดการทั่วไปที่เน้นความคงที่ คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความคิดริเริ่ม กล้าเสี่ยง แรงจูงใจภายใน และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตทั้งทางธุรกิจและส่วนบุคคล (Van Laar et al., 2017)

การพัฒนาทักษะเหล่านี้เกิดขึ้นผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ โดยเฉพาะในบริบทที่ไม่แน่นอน ผู้ประกอบการเรียนรู้จากการลองผิดลองถูก การสะท้อนผล และการสร้างแนวคิดใหม่ซึ่งมีความแตกต่างจากนักธุรกิจทั่วไปที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพระบบเดิม (Lackéus, 2015) กระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการจึงมีลักษณะพลวัตที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะนวัตกรรม การคิดเชิงระบบ และความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ (Cuervo, Ribeiro & Roig, 2007) ดังจะเห็นว่า การเรียนรู้ของผู้ประกอบการเกิดจากการปฏิบัติจริงและการตัดสินใจในสถานการณ์ท้าทาย (Cope, 2005) และอิสระในการเรียนรู้ของผู้เรียน (Kolb, 1984; Gibb, 2002) แนวคิดนี้จึงเป็นรากฐานของโมเดลเพื่อพัฒนาทักษะผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาให้ตอบโจทย์ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

3. แนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน (Lean Startup)

แนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เน้นการเรียนรู้เชิงทดลองมากกว่าการวางแผนธุรกิจตามรูปแบบดั้งเดิม โดยมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการหรือผู้เรียนได้ ลงมือปฏิบัติจริงผ่านวงจร การทำงานที่สั้น รวดเร็ว และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา (Ries, 2011) แก่นสำคัญของแนวคิดนี้ คือกระบวนการ “สร้าง-วัดผล-เรียนรู้” (Build-Measure-Learn: BML)” ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1) Build (สร้าง) คือ การพัฒนาแนวคิดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นต่ำ (Minimum Viable Product: MVP) ที่เพียงพอสำหรับการทดสอบสมมติฐานทางธุรกิจ

2) Measure (วัดผล) คือ การนำ MVP ไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเก็บข้อมูลเชิงพฤติกรรมหรือข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

3) Learn (เรียนรู้) คือ การนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และตัดสินใจว่าจะ “ปรับเปลี่ยน (Pivot)” หรือ “ดำเนินการต่อ (Persevere)” ในทิศทางเดิม โดยการตัดสินใจขึ้นอยู่กับหลักฐานและข้อมูลที่ได้รับจากการทดลองจริง

แนวคิดนี้ถูกนำไปใช้ในโมเดลเพื่อให้นักศึกษาฝึก “วางแผนสมมติฐาน-ทดสอบ-เรียนรู้” ผ่านการสร้างต้นแบบและทดสอบตลาด โดยเน้นการเรียนรู้และการปรับตัวมากกว่าการสร้างสินค้าสมบูรณ์ (Blank & Dorf, 2013) การตัดสินใจว่าจะ “ปรับเปลี่ยนหรือดำเนินการต่อ” จึงเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาทักษะคิดวิเคราะห์และกลยุทธ์เชิงผู้ประกอบการ

4. การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการพิทช์ (Pitch)

การพิทช์ (Pitch) เป็นการนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจภายในระยะเวลาอันสั้น โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสื่อสารและโน้มน้าวใจผู้ฟัง เช่น นักลงทุน ลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือเป็นทักษะสำคัญในกระบวนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ซึ่งครอบคลุมทั้งการออกแบบเนื้อหาอย่างมีเหตุผล การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม และการนำเสนอ “คุณค่า” ของแนวคิดได้อย่างกระชับและชัดเจน (Oliveira & Brown, 2023) การพิทช์ (Pitch) ในบริบทการศึกษาสำหรับผู้ประกอบการช่วยส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ความสามารถในการโน้มน้าวใจ และความมั่นใจในการสื่อสารแนวคิดของตนเอง ตลอดจนเอื้อต่อการประเมินโอกาส ความเป็นไปได้ และการสร้างวิสัยทัศน์เชิงธุรกิจ (Kennedy, 2023) โดยเฉพาะการฝึกฝนการนำเสนอแนวคิดในรูปแบบสั้นและทรงพลังซึ่งสะท้อนทักษะสำคัญของผู้ประกอบการ

ในรายวิชาการธุรกิจสตาร์ทอัพ กระบวนการพิทช์ (Pitch) ถูกกำหนดให้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของโมเดล นักศึกษาจะต้องออกแบบและนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจของตนเองอย่างสร้างสรรค์ โดยอาจเลือกใช้สื่อประกอบการนำเสนอ เช่น วิดีโอ (Video) อินโฟกราฟิก (Infographic) หรือต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของแนวคิดความเข้าใจในกลุ่มลูกค้า และผลจากการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นต่ำ (MVP) ทั้งนี้ การพิทช์ (Pitch) มิได้เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลเท่านั้น

หากแต่เป็นกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติที่ช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้จากการสะท้อนผลและข้อเสนอแนะ (Kamnang Ngansop, 2024) นอกจากนี้ งานวิจัยกรณีศึกษาในหลักสูตรผู้ประกอบการที่ใช้การพิชชแบบวนรอบ (Iterative Pitching) ยังพบว่า นักศึกษาสามารถพัฒนาทักษะการนำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง ผ่านการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่จำลองสถานการณ์จริงของโลกธุรกิจ (Kennedy, 2023)

5. กรอบแนวคิดและบทบาทของทฤษฎีหลักในการพัฒนาโมเดล “Spark → MVP → Pitch”

โมเดล “Spark → MVP → Pitch” บูรณาการทฤษฎีสำคัญเพื่อพัฒนาทักษะผู้ประกอบการในอุดมศึกษา โดยแต่ละขั้นเชื่อมโยงกับทฤษฎีหลักดังนี้

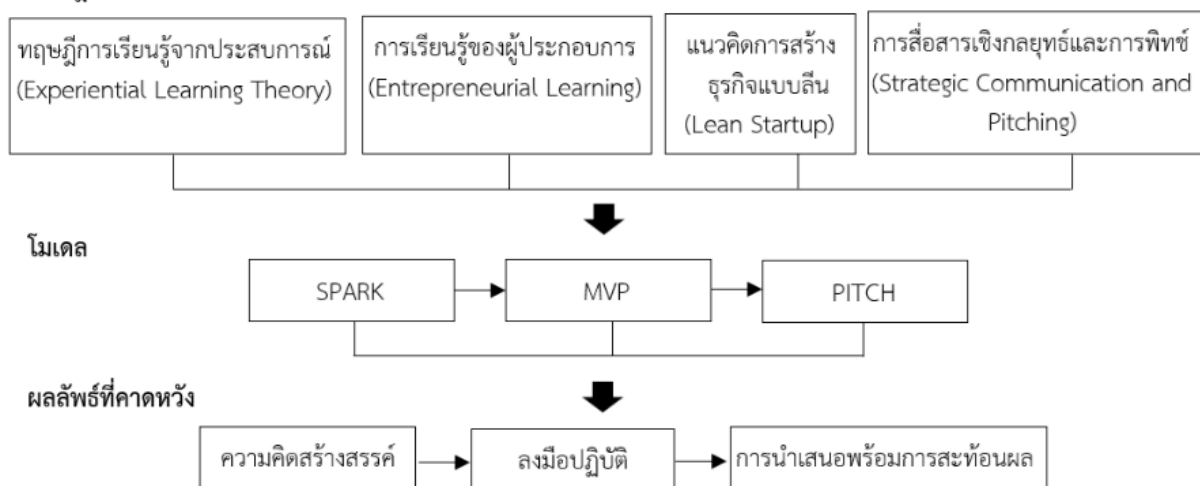
1) ขั้น “Spark” สอดคล้องกับการมีประสบการณ์ตรงของ Kolb (1984) และแนวคิดความสนใจของผู้เรียนเอง เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของ

2) ขั้น “MVP” เชื่อมโยงกับขั้นการทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ของทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Kolb, 1984) และแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน (Lean Startup) (Ries, 2011) ที่เน้นการสร้างต้นแบบ การทดสอบ และการเรียนรู้แบบ Build-Measure-Learn (BML)

3) ขั้น “Pitch” สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Kolb, 1984) ซึ่งเน้นการสื่อสารเชิง กลยุทธ์ การสะท้อนผล และการนำเสนอคุณค่าทางธุรกิจ (Oliveira & Brown, 2023; Kamnang Ngansop, 2024)

งานวิจัยไทยยังชี้ว่าการเรียนรู้ที่เน้นปฏิบัติ สะท้อนผล และประเมินในสถานการณ์จริง ช่วยพัฒนาทักษะผู้ประกอบการในอุดมศึกษา (เมธพร อินคำ, 2566; มนกกนก ภาณุสิทธิกร, 2562) โมเดลนี้สะท้อนการบูรณาการทฤษฎีต่างๆ เพื่อเสริมสร้างทักษะคิดสร้างสรรค์ การปฏิบัติ และการสะท้อนผล ดังปรากฏในภาพที่ 1

ทฤษฎีและแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการด้วยโมเดล “Spark → MVP → Pitch”

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในชั้นเรียนแบบเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษากระบวนการเรียนรู้และพัฒนาการเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษาในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Business) (รหัสวิชา 11305040) โดยพัฒนาและทดลองโมเดล “Spark → MVP → Pitch” กับกลุ่มนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร ปีการศึกษา 3/2567 จำนวน 18 คน ที่ลงทะเบียนเรียนออนไลน์ในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ

กระบวนการดำเนินการ แบ่งออก 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

- 1) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ ตลอดจนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ
- 2) การออกแบบโมเดล “Spark → MVP → Pitch” และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3) การนำโมเดลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการเรียนรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ
- 4) การประเมินผลของการนำโมเดลดังกล่าวมาใช้ในการเรียนรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัย ประกอบด้วยเครื่องมือหลักดังนี้

- 1) โมเดลการเรียนรู้ “Spark → MVP → Pitch” กล่าวคือ ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาโมเดลการเรียนรู้ดังกล่าว โดยอ้างอิงจากการศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชา
- 2) เครื่องมือประเมินผลการเรียนรู้ ประกอบด้วยใบงานสำหรับการประเมินผลตามเกณฑ์รูบรีค (Rubric) และแบบประเมินตนเองและเพื่อน ซึ่งจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) และได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพแบบอุปนัย (Inductive Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อความจากใบงาน สะท้อนผลของนักศึกษา รายงานกิจกรรม และผลการประเมินตามเกณฑ์รูบรีคผ่านกระบวนการดังนี้

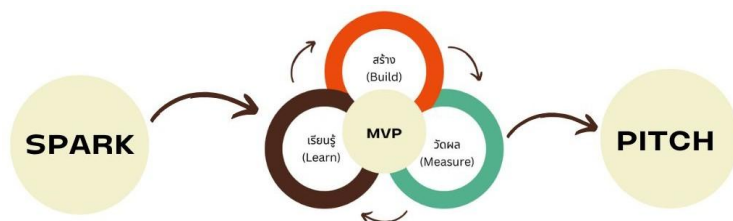
- 1) อ่านทบทวนข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้เห็นภาพรวมอย่างเป็นระบบ
- 2) ถอดรหัสข้อมูล (Open Coding) เพื่อระบุและสกัดประเด็นหลัก (Themes Extraction) ที่ปรากฏในข้อมูล
- 3) จัดกลุ่มและสรุปประเด็นสำคัญเพื่อสะท้อนพัฒนาการและประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาในแต่ละขั้นตอนของโมเดล “Spark → MVP → Pitch”

ผลการวิจัย

1. พัฒนาการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้โมเดล “Spark → MVP → Pitch” ของนักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

1) การพัฒนาโมเดล “Spark → MVP → Pitch”

ผู้วิจัยพัฒนาโมเดลการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยพัฒนาจากทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อบูรณาการทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ การลงมือทำ และการนำเสนอควบคู่กับการสะท้อนตนเอง ภายใต้บริบทการเรียนออนไลน์ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและปฏิสัมพันธ์เชิงกายภาพ ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดล “Spark → MVP → Pitch” เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ที่มา: ผู้วิจัย (2025)

จากภาพที่ 2 โมเดลประกอบด้วย 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่

- 1) กิจกรรม “Spark” เป็นการสร้าง “ประสบการณ์ตรง (Concrete Experience)” ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาเชื่อมโยงแนวคิดกับประสบการณ์ส่วนตัว
- 2) กิจกรรม “MVP” ทำหน้าที่เป็น “การทดลองใช้ในสถานการณ์ใหม่ (Active Experimentation)” โดยนักศึกษาพัฒนาต้นแบบทางธุรกิจและนำไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายจริง
- 3) กิจกรรม “Pitch” เป็นการสะท้อนผลและทดลองสื่อสารจริง โดยนักศึกษาใช้สรุปสิ่งที่เรียนรู้ ปัญหาที่พบ และแนวทางแก้ไข

1.2 การประยุกต์ใช้โมเดล “Spark → MVP → Pitch” ในกระบวนการเรียนการสอน

โมเดลดังกล่าวนำไปใช้ในรายวิชารัฐกิจสตาร์ทอัพ (รหัส 11305040) โดยแบ่งกิจกรรมเป็น 3 ช่วงหลัก ดังนี้

ขั้นที่ 1 กิจกรรม “Spark” เป็นการจุดประกายแนวคิดธุรกิจจากประสบการณ์จริง เพื่อพัฒนาทักษะคิดสร้างสรรค์เบื้องต้นของผู้เรียน โดยเชื่อมโยงแรงบันดาลใจจากชีวิตจริงกับโอกาสทางธุรกิจที่จับต้องได้ มีการจัดกิจกรรมและประเมินผลดังนี้

- 1) ใบบาง Spark (งานเดี่ยว) ผู้เรียนระบุแรงบันดาลใจส่วนบุคคล ปัญหาหรือโอกาสทางธุรกิจ กลุ่มเป้าหมาย ปัญหา (Pain Point) และความเป็นไปได้ของไอเดีย
- 2) แบบประเมินการให้คะแนนรูบริก (Rubric Spark) ใช้ประเมินความชัดเจนของไอเดีย ความสัมพันธ์กับบริบทจริง ความคิดริเริ่ม และการสื่อสารแนวคิด
- 3) การให้ฟีดแบครายบุคคลจากผู้สอน เพื่อชี้แนะความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ และเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การพัฒนา “MVP”

กิจกรรม “Spark” ยังช่วยฝึกทักษะการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ในบริบทจริง และวางรากฐานสำหรับการทำงานกลุ่มในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 กิจกรรม “MVP” กล่าวคือ หลังคัดเลือกไอเดียจากกิจกรรม “Spark” ผู้เรียนรวมกลุ่ม 2 กลุ่มเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นต่ำ (MVP) โดยใช้กระบวนการ “Build–Measure–Learn” ตามแนวคิดการสร้างธุรกิจ แบบสั้นที่เน้นการออกแบบ ทดลอง และเรียนรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง กิจกรรมและการประเมินประกอบด้วย

- 1) ใบบางกลุ่ม “Spark พร้อมไปต่อ” นักศึกษาสังเคราะห์แนวคิดธุรกิจร่วมกันและเลือกไอเดีย “Spark” ที่โดดเด่นของกลุ่ม เพื่อพัฒนาเป็น MVP
- 2) รายงานโครงงานธุรกิจสตาร์ทอัพซึ่งครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น คุณค่าที่เสนอให้ลูกค้า การทดสอบตลาด การออกแบบต้นแบบ และการวิเคราะห์ผลการทดลอง MVP
- 3) แบบประเมินการให้คะแนนรูบริก (Rubric MVP) ใช้ประเมินความชัดเจนของปัญหา แนวทางทางแก้ไข ความสามารถในการทดลองจริง การเก็บข้อมูลย้อนกลับ และการพัฒนาต้นแบบจากข้อมูลที่ได้รับ

กิจกรรม “MVP” มุ่งเน้นการปฏิบัติจริง การทดสอบสมมติฐาน และการเรียนรู้จากความล้มเหลว เพื่อสร้างต้นแบบธุรกิจที่สื่อสารคุณค่าได้ชัดเจนก่อนเข้าสู่ขั้น Pitch

ขั้นที่ 3 กิจกรรม “Pitch” การนำเสนอแนวคิดอย่างมืออาชีพ

ขั้นตอนสุดท้ายของโมเดลคือ “Pitch” ซึ่งนักศึกษานำเสนอผลจากการทดลอง “MVP” ร่วมกับแนวคิดเชิงกลยุทธ์ต่ออาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นในเวทีจำลองช่วงสัปดาห์สุดท้าย โดยกิจกรรมประกอบด้วย

- 1) การจัดทำสื่อประกอบการนำเสนอ เช่น สไลด์นำเสนอ อินโฟกราฟิก (Infographic) และวิดีโอ (Video)
- 2) การนำเสนอจริงในชั้นเรียน และผ่านเพจสาขา
- 3) แบบประเมินรูบรีค (Rubric Pitch) ใช้ประเมินการสื่อสารคุณค่าธุรกิจ การเล่าเรื่อง การวิเคราะห์ความเป็นไปได้

และการตอบคำถาม

การพัฒนาโมเดลนี้สะท้อนศักยภาพในการเสริมทักษะผู้ประกอบการได้ชัดเจน แม้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดของการเรียนออนไลน์ โดยเน้นการสร้างแรงบันดาลใจ การพัฒนาต้นแบบ การนำเสนอ และการสะท้อนผลอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้เรียนฝึกคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้เชิงรุก และการประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับสมรรถนะผู้ประกอบการในยุคการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

2. ประสิทธิภาพของโมเดลเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาการธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.1 การประเมินผลการเรียนรู้จากกิจกรรม “SPARK” (ด้านความคิดสร้างสรรค์)

การวิเคราะห์ใบงาน “Spark” ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาใน 3 มิติหลัก ได้แก่ ความแปลกใหม่ (Novelty) ความเหมาะสม (Relevance) และการนำไปใช้ได้จริง (Practicality) พร้อมตัวอย่างข้อความจริงและรหัสนักศึกษา

1) มิติด้านความแปลกใหม่ (Novelty)

นักศึกษาหลายคนแสดงศักยภาพคิดนอกกรอบ โดยใช้ประสบการณ์ส่วนตัวหรือปัญหาสังคมเป็นจุดเริ่มต้น สร้างคุณค่าใหม่ ไม่ใช่แค่ขายสินค้าเดิม แต่เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีหรือแนวคิดทางสังคมที่ตอบโจทย์ปัญหาจริง เช่น “CarbonCraft...แพลตฟอร์มกลางเชื่อม ‘ผู้ซื้อ’ อย่างบริษัทข้ามชาติ หน่วยงานรัฐ หรือเจ้าของกิจการ...กับ ‘ผู้ผลิต’ เช่นโครงการปลูกป่า เกษตรกร หรือชุมชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” (S07)

ข้อเสนอแนะผู้สอน:

“เป็น Spark ที่พร้อมพัฒนาเป็น Thesis หรือ Startup Plan ได้ทันที” (Feedback S07)

“ผมอยากทำแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่รวมทั้งบริการล่ามและคอร์สเรียนภาษามือ ให้ทุกคนเข้าถึง...” (S01)

ฟีดแบคผู้สอน:

“แนวคิดมีความแปลกใหม่และต่อยอดเป็นธุรกิจได้จริง” (Feedback S01)

“Qing Chá(情茶)-‘ชาที่มีความรู้สึก’... เน้นเรื่องอารมณ์ ความรัก และความใส่ใจ” (S02)

ฟีดแบคผู้สอน: มีเอกลักษณ์ emotional insight เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงรุ่นใหม่ (Feedback S02)

2) มิติด้านความเหมาะสม (Relevance)

นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถวิเคราะห์ปัญหาและเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง สะท้อนความเข้าใจในปัญหาที่ต้องการแก้ไข (Pain Point) ของกลุ่มเป้าหมายจริงๆ เช่น

“ค่าครองชีพสูงขึ้น ของกิน เครื่องดื่มหลายอย่างก็แพง คนรายได้น้อยอาจจะไม่ได้ซื้อของพวกนี้บ่อย” (S03)

ฟีดแบคผู้สอน:

“เข้าใจ Pain Point ของกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง” (Feedback: S03)

“คนรุ่นใหม่และผู้ประกอบการรายย่อยต้องการถ่ายคอนเทนต์คุณภาพในราคาย่อมเยา แต่สตูดิโอส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสูง และบรรยากาศไม่เป็นกันเอง” (S15)

ฟีดแบคผู้สอน:

“มองเห็นปัญหาได้ดี สามารถดำเนินการได้ทันที แต่ควรขยายรายละเอียดความแตกต่างจากคู่แข่งให้ชัดเจน” (Feedback:

S15)

3) มิติด้านการนำไปใช้ได้จริง (Practicality)

แนวคิดส่วนมากมีการวางแผนการดำเนินงานที่เป็นไปได้จริง โดยคำนึงถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทักษะ และทรัพยากร เช่น

“ในอำเภอ... มีธุรกิจสตูดิโอแค่ที่เดียว จึงมีโอกาสสร้างสตูดิโอขนาดเล็กให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น” (S15)

พีดแบคผู้สอน:

“ใช้ทักษะของตนเอง + ความต้องการตลาดในพื้นที่ได้สมจริง เห็นศักยภาพชัด (Feedback S15)

“ฉันมีพื้นฐานการทำขนมจากครอบครัว งบประมาณเริ่มต้นไม่สูงมาก โดยเฉพาะถ้าเริ่มจากครัวเล็กๆ และใช้การตลาดผ่านโซเชียลมีเดียเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยไม่ต้องลงทุนสูง” (S11)

พีดแบคผู้สอน:

“ควรทดลองทำในขนาดเล็ก เช่น จัดชุดขนมในกล่องทดลอง + ตั้งเพจออนไลน์ก่อน เพื่อทดสอบความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย” (Feedback S11)

นักศึกษาหลายคนเลือกใช้แนวคิดการสร้างธุรกิจแบบสลิค เช่น การเริ่มต้นจากทรัพยากรที่มี การใช้ช่องทางออนไลน์ และการลดต้นทุนคงที่ เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จและลดความเสี่ยง

2.2 การประเมินผลการเรียนรู้จากกิจกรรม “MVP” (ด้านการลงมือปฏิบัติ)

ผลการวิเคราะห์กิจกรรม “MVP” สะท้อนการพัฒนาทักษะปฏิบัติตามแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบสลิคของนักศึกษาทั้งสองกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยมีทั้งจุดร่วมและความแตกต่างที่สำคัญดังนี้

1) การเลือกแนวคิดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Build: การสร้างต้นแบบ) พบว่า นักศึกษาทั้งสองกลุ่มแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำประสบการณ์ส่วนตัว และปัญหาที่พบ (Pain Point) มาต่อยอดเป็นแนวคิดธุรกิจที่มีเหตุผลรองรับและมีความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1.1) กลุ่มที่ 1 ได้พัฒนา “ModuBuild” เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) สำหรับการบริหารจัดการวัสดุก่อสร้างด้วยแนวคิดการก่อสร้างแบบโมดูลาร์ (Modular Construction) และเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เพื่อลดปัญหาความล่าช้าและความไม่โปร่งใสในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างวัสดุก่อสร้าง พร้อมเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการพัฒนาต้นแบบที่จับต้องได้ เพื่อเป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมก่อสร้าง

1.2) กลุ่มที่ 2 พัฒนาเมนูใหม่ “อเมริกาโนน้ำช็อคโกแลตมะพร้าว” โดยนำกาแฟคุณภาพของจังหวัดชุมพรมาผสมผสานกับน้ำช็อคโกแลตมะพร้าวท้องถิ่น แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและตอบโจทย์สุขภาพ

2) การทดลองตลาดและการสังเกตผลตอบรับ (Measure: การวัดผล)

2.1) กลุ่มที่ 1 ได้ดำเนินการทดสอบ Application Mockup กับกลุ่มผู้ใช้งานจริงจำนวน 26 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้รับเหมา เจ้าของโครงการ สถาปนิก วิศวกร และผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง ผลการทดสอบพบว่า ปัญหาสำคัญที่ผู้ใช้งานประสบคือความล่าช้าในการจัดส่งวัสดุก่อสร้าง ทั้งนี้ ผู้ตอบจำนวน 14 ราย ระบุว่า ModuBuild สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการทำงานได้ ขณะที่ผู้ตอบ 25 ราย เห็นว่าแนวคิดของ ModuBuild มีความน่าสนใจ โดยฟีเจอร์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ระบบติดตามสถานะการจัดส่งวัสดุ และฟังก์ชันสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างพร้อมจัดส่งถึงที่ ทั้งนี้ ร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการทดลองใช้ระบบจริง และมากกว่าร้อยละ 90 แสดงความยินดีที่จะชำระค่าบริการสมาชิก นอกจากนี้ ผู้ใช้งานได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เช่น ความต้องการปรับปรุงส่วนติดต่อผู้ใช้งาน (User Interface: UI) และการเพิ่มฟังก์ชันเฉพาะทาง อาทิ ฟังก์ชันสำหรับเลือกประเภทงาน เช่น งานปูกระเบื้อง หรือ งานฉาบปูน เพื่อให้ระบบสามารถคำนวณปริมาณวัสดุได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

2.2) กลุ่มที่ 2 ได้ดำเนินการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “อเมริกาโนน้ำช็อคโกแลตมะพร้าว” เป็นระยะเวลา 5 วัน ภายในร้านกาแฟ โดยใช้เทคนิคการนำเสนอเรื่องราว (Storytelling) และการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการ

สำรวจความคิดเห็นจากลูกค้าจำนวน 22 ราย พบว่าระดับราคาที่ได้รับการตอบรับดีที่สุดคือ 70 บาทต่อแก้ว (จำนวน 11 ราย) รองลงมาคือราคา 65 บาท (จำนวน 8 ราย) และ 75 บาท (จำนวน 3 ราย) ความพึงพอใจในด้านรสชาติอยู่ในระดับสูง โดยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน 7 ราย แสดงความพึงพอใจในอัตราร้อยละ 100 ขณะที่ลูกค้าประจำส่วนใหญ่ให้การตอบรับเชิงบวก อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มลูกค้าชาจร พบว่ามีผู้พึงพอใจมากจำนวน 2 ราย ขณะที่อีก 4 ราย ไม่ตัดสินใจซื้อ เนื่องจากไม่บริโภคกาแฟหรือมองว่าราคาค่อนข้างสูง

สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุน พบว่าต้นทุนการผลิตต่อแก้วอยู่ที่ 55 บาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นต่อแก้ว 15 บาท หรือร้อยละ 21.40 ซึ่งต่ำกว่ามาตรฐานธุรกิจกาแฟ

โดยสรุป นักศึกษาทั้งสองกลุ่มแสดงศักยภาพในการสร้างและทดสอบ MVP จริงกับตลาด สะท้อนการคิดเชิงกลยุทธ์ การใช้ทรัพยากร และการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะอย่างเป็นรูปธรรม

3) การเรียนรู้ (Learn)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มที่ 1 ได้เรียนรู้ว่า แม้นแนวคิด “ModuBuild” จะสามารถตอบโจทย์ปัญหาสำคัญ (Pain Point) ในธุรกิจก่อสร้าง เช่น ปัญหาการจัดส่งล่าช้า และความไม่โปร่งใส ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดอย่างชัดเจน แต่ยังมีจำเป็นต้องปรับปรุงส่วนติดต่อผู้ใช้ และฟังก์ชันเฉพาะให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่หลากหลาย กลุ่มจึงวางแผนพัฒนาระบบกับผู้ใช้งานกลุ่มเล็กก่อนขยายตลาดในวงกว้าง เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของระบบและลดความเสี่ยงทางธุรกิจ

ในส่วนของกลุ่มที่ 2 จากการทดลอง “MVP” พบว่า แม้เมนู “อเมริกาโน่ น้ำช็อคโกแลตมะพร้าว” จะได้รับความสนใจจากลูกค้าประจำและเจ้าหน้าที่หน่วยงาน แต่การเข้าถึงลูกค้าชาจรยังเป็นความท้าทาย เนื่องจากลูกค้าบางส่วนไม่คุ้นเคยกับวัตถุดิบท้องถิ่น และมองว่าราคาค่อนข้างสูง กลุ่มจึงเห็นความจำเป็นต้องปรับแนวทางการสื่อสารให้เน้นคุณค่าของวัตถุดิบและประโยชน์ด้านสุขภาพ พร้อมพิจารณาการจัดการต้นทุนและกำหนดราคาที่เหมาะสมกับตลาด เพื่อเพิ่มอัตรากำไรและโอกาสขยายตลาดในอนาคต ทั้งนี้ กลุ่มมีแผนที่จะดำเนินการต่อโดยใช้เมนูดังกล่าวเป็นเมนูซิกเนเจอร์ของร้าน พร้อมปรับปรุงตามข้อมูลจริงที่ได้รับจากตลาด นักศึกษาทั้งสองยังสะท้อนว่า “อัตรากำไรต่อแก้วยังอยู่ในระดับต่ำ หากไม่สามารถสร้างปริมาณการขายได้มากเพียงพอ”

ภาพรวมของทั้งสองกลุ่มสะท้อนถึงแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบสลิทที่มุ่งเน้นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และโมเดลธุรกิจบนพื้นฐานข้อมูลจริง เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการทำธุรกิจ

2.3 การประเมินผลจากกิจกรรม “PITCH” (การพิทช์ และการสะท้อนผล)

กิจกรรม “Pitch” เป็นขั้นตอนสุดท้ายของโมเดล โดยจัดขึ้นในชั้นเรียนและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ นักศึกษาได้ฝึกนำเสนอแนวคิดธุรกิจ สรุปผลการทดลอง “MVP” วิเคราะห์ความเป็นไปได้เชิงกลยุทธ์ และถ่ายทอดคุณค่าทางธุรกิจ โดยใช้สื่อที่หลากหลาย การประเมินอ้างอิงเกณฑ์รูบริก (Rubric Pitch) ครอบคลุมด้านการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ และทักษะการตอบข้อสงสัย ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มที่ 1 สามารถนำเสนอแนวคิดได้ครบถ้วน แต่ยังขาดความพร้อมด้านการจัดทำสื่อ และประสบปัญหาในกระบวนการทำงานเป็นทีม อีกทั้งได้รับข้อเสนอแนะให้ลดการใช้ศัพท์เทคนิค และเพิ่มตัวอย่างภาพจำลองเพื่อให้เนื้อหาชัดเจนยิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่ 2 มีความพร้อมทั้งด้านการจัดทำสื่อ การควบคุมเวลา และการลำดับเนื้อหา แม้จะมีอาการตื่นเต้นระหว่างการนำเสนอ แต่ได้รับคำชมในด้านการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตาม ยังได้รับข้อเสนอแนะให้ฝึกตอบข้อสงสัยเชิงกลยุทธ์อย่างมั่นใจมากขึ้น

ในส่วนของผลสะท้อน นักศึกษาทั้งสองกลุ่มเห็นพ้องว่ากิจกรรม “Pitch” เป็นขั้นตอนที่ท้าทายที่สุด เนื่องจากต้องสรุปเนื้อหาจาก “Spark” และ “MVP” ให้กระชับภายในเวลาที่จำกัด นักศึกษาหลายคนระบุว่าได้เรียนรู้การคิดอย่างเป็นระบบ การจัดทำสื่อให้เหมาะสมกับผู้ฟัง และการเตรียมตัวตอบข้อสงสัยอย่างรอบด้าน โดยกลุ่มที่ 1 ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับภาษาการนำเสนอให้เข้าใจง่าย ในขณะที่กลุ่มที่ 2 มองว่าการเล่าเรื่องช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ แต่ยังจำเป็นต้องพัฒนาทักษะการตอบข้อสงสัยเชิงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

โดยรวม นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรม “Pitch” และมองว่ากระบวนการนี้ช่วยให้สามารถเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการวิเคราะห์ธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผลการวิจัย

1) การพัฒนาโมเดล Spark → MVP → Pitch เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริงช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจมากกว่าการเรียนรู้ทฤษฎีเพียงอย่างเดียว โดยอ้างอิงจากแนวคิดการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ ซึ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการต้องเกิดจากประสบการณ์จริงมากกว่าการจินตนาการหรือเพียงศึกษาทฤษฎี (Chen C. C. et al., 1998; Motta, V. F., & Galina, S. V. R., 2023)

โมเดลนี้มีจุดเด่นในการจัดกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจุดประกายแนวคิดการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ขั้นต่ำ (MVP) ไปจนถึงการนำเสนอแนวคิดธุรกิจ โดยผสมผสานแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน และแนวคิดกระบวนการเชิงออกแบบ (Design Thinking) เข้าด้วยกัน แตกต่างจากแนวทางเดิมที่มักเน้นการบรรยายหรือการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพราะมุ่งเน้นการลงมือปฏิบัติจริงและการเชื่อมโยงทุกขั้นตอนให้เป็นกระบวนการเดียวกัน โดยเฉพาะการบูรณาการแนวคิดเหล่านี้ให้เหมาะสมกับบริบทไทย ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทฤษฎีกับประสบการณ์จริง ตอบสนองต่อทักษะและสมรรถนะที่ผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องการ (Morris, M. H., & Kuratko, D. F., 2020; Sarasvathy, S. D., 2001) และยังมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นต้นแบบสำหรับการเรียนการสอนเชิงปฏิบัติในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้จัดทำในบริบทการเรียนออนไลน์ของสาขาบริหารธุรกิจและผู้ประกอบการ จึงยังต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อยืนยันความเหมาะสมของการใช้โมเดลกับการเรียนออฟไลน์หรือสาขาอื่น

2) การศึกษาประสิทธิผลของโมเดลของกระบวนการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพมีข้อมูลสำคัญ ดังนี้

2.1) ผลการศึกษาแสดงว่า กิจกรรม “Spark” ช่วยให้นักศึกษานำประสบการณ์ส่วนตัวมาต่อยอดเป็นแนวคิดธุรกิจที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับตลาด เช่น CarbonCraft ที่เชื่อมโยงปัญหาสิ่งแวดล้อมกับตลาด หรือบริการภาษามือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Chen C. C. et al., 1998; Motta, V. F., & Galina, S. V. R., 2023) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Wardoyo, C. et al., 2023) และ (Sarooghi, H. et al., 2019) ที่ระบุว่า การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในธุรกิจเพื่อสังคม แม้ยังมีงานวิจัยด้านนี้จำกัด เช่น (Bell, H. and Bell, R., 2018) ผลการศึกษารังนี้ชี้ว่ากิจกรรม “Spark” สามารถเพิ่มความสนใจและการมีส่วนร่วมของนักศึกษาได้มากกว่าวิธีการสอนแบบเดิม และควรมีการศึกษาต่อยอดในบริบทอื่นต่อไป (Motta, V. F., & Galina, S. V. R., 2023)

2.2) ผลการดำเนินกิจกรรม “MVP” ในการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาสามารถพัฒนาสมรรถนะเชิงผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการระบุปัญหา การสร้างต้นแบบ การทดสอบตลาด และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยทั้งสองกลุ่มได้ถ่ายทอดแนวคิดจากขั้น “Spark” สู่อการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจริง ได้แก่ กลุ่ม ModuBuild ซึ่งพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับการบริหารจัดการวัสดุก่อสร้าง และกลุ่มที่พัฒนาเมนูเครื่องดื่ม “อเมริกาโนน้ำช็อคโกแลตมะพร้าว” ที่เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ทั้งสองโครงการผ่านการทดสอบตลาดจริงและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างธุรกิจแบบลีน (Ries, E., 2011) ทั้งในส่วนของกระบวนการ Build-Measure-Learn และแนวคิดการเรียนรู้จากข้อมูลที่ได้รับการยืนยัน (Validated Learning) ที่เน้นการเรียนรู้จากการทดสอบจริงเนื่องจาก MVP เป็นผลงานที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้น ทั้งในรูปแบบวัตถุ สิ่งประดิษฐ์ หรือสื่อจำลอง โดยควรออกแบบให้ง่ายและกะทัดรัดเท่าที่จำเป็นต่อกระบวนการพัฒนาของแต่ละธุรกิจ (Lortie, J. et al., 2025) อย่างไรก็ตามการสร้าง MVP เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอหากไม่คำนึงถึงปัจจัยเฉพาะ เช่น ความหลากหลายของลูกค้า หรือความไม่แน่นอนของตลาด

แนวทางการเรียนรู้เชิงปฏิบัตินี้สอดคล้องกับ (Kolb, D. A., 1984) ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำเพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ การแก้ปัญหา และการตัดสินใจ รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดการหาลูกค้าและพัฒนาเพื่อให้มาเป็นลูกค้าขององค์กร (Customer Development) ซึ่งมุ่งตรวจสอบความต้องการของตลาดจริง สะท้อนความสำคัญของการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามข้อมูล อย่างไรก็ตาม กรณีของ ModuBuild ที่ยังต้องพัฒนา UI และเมนูภาพเพื่อเข้าถึงลูกค้าอาจแสดงให้เห็นว่าปัจจัยเฉพาะของตลาดยังเป็นความท้าทายสำคัญ ดังนั้นกิจกรรม MVP จะมีศักยภาพในการส่งเสริมสมรรถนะ

ผู้ประกอบการ แต่ต้องพิจารณาปัจจัยเฉพาะของตลาดและกลุ่มลูกค้า เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

2.3) ผลการดำเนินกิจกรรม “Pitch” แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมนี้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษา ทั้งด้านทักษะการนำเสนอ การคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และความสามารถในการถ่ายทอดคุณค่าทางธุรกิจอย่างกระชับ นักศึกษาต้องสรุปแนวคิดและผลการทดลอง MVP ภายในเวลาจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Kolb, D. A., 1984) ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มที่ 1 สามารถนำเสนอแนวคิดได้ครบถ้วน แต่ยังขาดความพร้อมด้านสื่อและการทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา (Pittaway, L., & Cope, J., 2007) ที่ระบุว่าการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยทั้งเนื้อหาและการทำงานร่วมกัน ขณะที่กลุ่มที่ 2 มีความพร้อมทั้งด้านการจัดทำสื่อ การควบคุมเวลา และการเล่าเรื่อง แม้จะมีความตื่นตัวระหว่างการนำเสนอ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Nielsen, S. L. & Stovang, P., 2015) ที่ระบุว่าการเล่าเรื่องและการบริหารเวลาเป็นปัจจัยสำคัญของการพิช (Pitch) นอกจากนี้ กิจกรรม “Pitch” ไม่เพียงสร้างการเรียนรู้เชิงเนื้อหาแต่ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างความกล้า ความมั่นใจ และการปรับทัศนคติของผู้เรียนรวมถึงพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การทำงานเป็นทีม และทักษะการนำเสนอ (ทิสนา แสงมณี, 2544, อ้างถึงใน ชมพูนุช ลลิตมงคล, 2014) ซึ่งสอดคล้องกับผลสะท้อนของนักศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ที่ระบุว่าการกิจกรรม “Pitch” เป็นขั้นตอนที่ทำหายที่สุด เนื่องจากต้องบูรณาการความรู้จากหลายขั้นตอนและนำเสนอออกมาอย่างเป็นระบบ

กิจกรรม “Pitch” จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงทั้งในบริบทการเรียนการสอนออนไลน์และออฟไลน์ (Morris, M. H., & Kuratko, D. F., 2020; พิทยา บุญยศิวาพงศ์, 2566; เมธาวร อินคำ, 2566; มนกกน ภาณุสิทธิกร, 2562) แต่ยังมีข้อจำกัดที่ควรพิจารณา เช่น ความกดดันทางสังคม และทักษะการตอบคำถามเชิงกลยุทธ์ซึ่งผู้เรียนยังต้องพัฒนา (Motta, V. F., & Galina, S. V. R., 2023; Chen et al., 1998) ผลการศึกษานี้จึงยืนยันว่ากิจกรรม “Pitch” ภายใต้โมเดล Spark → MVP → Pitch เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยพัฒนาสมรรถนะเชิงผู้ประกอบการทั้งด้านทักษะ ความมั่นใจ และความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์กับการวิเคราะห์เชิงธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

1. ข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยนี้ดำเนินการกับประชากรทั้งหมดซึ่งเป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาธุรกิจสตาร์ทอัพ ระดับปริญญาตรี ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร ภายใต้บริบทของการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ ข้อจำกัดด้านบริบทเฉพาะทางและความสอดคล้องของรายวิชาอาจส่งผลให้ผลการวิจัยไม่สามารถขยายผลไปยังผู้เรียนในสาขาวิชาอื่น ระดับการศึกษาอื่น หรือบริบทการเรียนรู้อื่นรูปแบบออนไลน์ (on-site) หรือแบบผสมผสาน (blended learning) ได้โดยตรง นอกจากนี้ การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ยังอาจมีผลต่อรูปแบบปฏิสัมพันธ์ การแสดงออก และทักษะการสื่อสารของผู้เรียนในลักษณะที่แตกต่างจากบริบทในห้องเรียนจริง

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ควรออกแบบกิจกรรม “Pitch” ให้ผู้เรียนได้ฝึกตอบคำถามเชิงกลยุทธ์มากขึ้น เพื่อเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์กับการวิเคราะห์ธุรกิจอย่างมั่นใจ

2.2 ควรเสริมทักษะการสื่อสารเชิงธุรกิจ เนื่องจากผู้เรียนบางส่วนยังขาดความมั่นใจ จึงควรจัดกิจกรรม ฝึกนำเสนอ และการโน้มน้าวใจในสถานการณ์จำลอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำโมเดล “Spark → MVP → Pitch” ไปประยุกต์ใช้ในสาขาอื่น เช่น การท่องเที่ยว นวัตกรรมอาหาร เกษตรอัจฉริยะ หรือธุรกิจดิจิทัล เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ด้านสมรรถนะผู้ประกอบการในหลากหลายบริบท ซึ่งจะช่วยตรวจสอบความยืดหยุ่นและความเหมาะสมของโมเดลดังกล่าวในบริบททางวิชาการและวิชาชีพที่แตกต่างกัน
2. ควรมีการศึกษาการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) โดยเฉพาะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ด้านภาษา (Large Language Models: LLMs) เข้ากับขั้นตอน MVP ของโมเดล “Spark → MVP → Pitch” เพื่อประเมินศักยภาพของ AI ในการสนับสนุนกระบวนการคิดเชิงธุรกิจ การฝึกการนำเสนอ และการพัฒนาต้นแบบในระยะเริ่มต้นอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- จิรพงศ์ อ่อนน้อม และคณะ. (2566). การปลูกฝังผู้เรียนยุคใหม่โดยใช้แนวความคิดแบบผู้ประกอบการ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ, 11: 92-107.
- ชมพูษ ลิขิตมงคล และอุบลวรรณ หงษ์วิทยากร. (2014). กระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา, 9(2): 683-694.
- พิทยา บุญยศิลาพงศ์. (2566). กิจกรรมเสริมสร้างทักษะผู้ประกอบการโดยใช้สถานประกอบการธุรกิจชุมชนตำบลเขาแก้ว ศรีสมบูรณ์เป็นฐานการเรียนรู้ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เมธภาพร อินคำ และคณะ. (2566). การพัฒนาเครื่องมือวัดความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 25(2): 265-277.
- มนกนก ภาณุสิทธิกร. (2562). กระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ASEAN University Network. (2020). AUN-QA Manual for the Implementation of the ASEAN Quality Assurance Framework. <https://www.aunsec.org/aunqa>
- Austin, M. J., & Rust, D. Z. (2015). Developing an Experiential Learning Program: Milestones and Challenges. International Journal of Teaching and Learning in Higher Education, 27: 143-153.
- Bell, H., & Bell, R. (2018). Applying enterprise: Active learning environments for business higher national diploma students. Journal of Further and Higher Education, 42(5): 649-661.
- Blank, S., & Dorf, B. (2013). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. K&S Ranch, Inc.
- Chen C.C., Greene P.G., & Crick A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? Journal of Business Venturing, 13(4): 295-316.
- Cope, J. (2005). Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(4): 373-397.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., Roig, S. (2007). Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction. In: Cuervo, Á., Ribeiro, D., Roig, S. (eds) Entrepreneurship. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_1

- Dweck, C. S. (2006). **Mindset: The new psychology of success**. Random House.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). **The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence**. *Journal of Small Business Management*, 53(1): 75–93.
- Gibb, A. A. (2002). **In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge**. *International Journal of Management Reviews*, 4(3): 233–269.
- Kamnang Ngansop, F. (2024). **Mastering the Pitch: Enhancing Startup Effectiveness Through Clarity, Understandability, and Inspiration**. *International Journal of Entrepreneurship*, 28(5): 1-5.
- King’s Entrepreneurship Lab. (2024). **SPARK 1.0 Incubator**. <https://www.kingselab.org/spark>
- Kolb, D. A. (1984). **Experiential learning: experience as the source of learning and development**. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- Lackéus, M. (2015). **Entrepreneurship in education: What, why, when, how**. OECD. https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Lackéus, M. (2020). **Comparing the impact of three different experiential approaches to entrepreneurship in education**. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5): 937–971.
- Luo, Q., Nong, R., & Suacamram, M. (2023). **An analysis of higher education entrepreneurship programs in Thailand: Current conditions and future challenges**. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 3(5), 99–110. <https://doi.org/10.14456/iarj.2023.242>
- Lortie, J., Cox, K., DeRosset, S., Thompson, R. & Kelly, S. (2025). **Unpacking the minimum viable product (MVP): a framework for use, goals and essential elements**. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 32: 212-235.
- Morris, M. H., & Kuratko, D. F. (2020). **The entrepreneurial journey intention versus emergence**. In *What do entrepreneurs create? Understanding four types of ventures* (pp.1–16). Edward Elgar Publishig.
- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). **Experiential Learning in Entrepreneurship Education: A Systematic Literature Review**. *Teaching and Teacher Education*, 121, Article 103919. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). **Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers**. *Journal of Small Business Management*, 49(1): 55-70.
- Nielsen, S.L. and Stovang, P. (2015). **DesUni: university entrepreneurship education through design thinking**. *Education + Training*, 57(8/9): 977-991.
- Oliveira, A. W., & Brown, A. O. (2023). **Pitching STEM: A Communicative Approach to Entrepreneurship in STEM Classrooms**. In S. Kaya-Capocci & E. Peters-Burton (Eds.), *Enhancing Entrepreneurial Mindsets Through STEM Education* (pp. 325–342). Springer.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). **Simulating Entrepreneurial Learning: Integrating Experiential and Collaborative Approaches to Learning**. *Management Learning*, 38(2). 211-233. <https://doi.org/10.1177/1350507607075776>
- Rae D. (2006). **Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise**. *Analysis*

- and Strategic Management, 18(1): 39–56.
- Ries, E. (2011). **The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.** Crown Books.
- Sarooghi, H., Sunny, S., Hornsby, J., & Fernhaber, S. (2019). **Design thinking and entrepreneurship education: Where are we, and what are the possibilities?** Journal of Small Business Management, 57(S1): 78–93.
- Sarasvathy, S. D. (2001). **Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency.** Academy of Management Review, 26(2): 243–263.
- Uncharted Learning. (2024). **INCubatoredu.** <https://www.unchartedlearning.org/>
- Volkman, C., Fichter, K., Klofsten, M., & Others. (2021). **Sustainable entrepreneurial ecosystems: An emerging field of research.** Small Business Economics, 56: 1047–1055.
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2017). **The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review.** Computers in Human Behavior, 72: 577–588.
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Handayati, P., Fauzan, S., Prayitno, P. H., Sahid, S., & Wibowo, A. (2023). **Determinant factors of entrepreneurial ideation among university students: A systematic literature review.** Heliyon, 9(6), e17227.
- World Economic Forum. (2020). **The Future of Jobs Report 2020.** <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>