

การส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการในค่ายเสริมประสบการณ์จริง  
ของมหาวิทยาลัยเปิด

ENHANCING ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES THROUGH EXPERIENTIAL  
BOOT-CAMP IN AN OPEN UNIVERSITY

นฤปดี วรธนาคม<sup>1</sup> อภิรดี สราญรมย์<sup>2</sup> และณัฐภัสส์ จุ้ยเจริญ<sup>3</sup>  
Narubodee Wathanakom<sup>1</sup>, Aphiradee Sranrom<sup>2</sup> and Nhatphaphat Juicharoen<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

<sup>3</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

<sup>1,2</sup>School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

<sup>3</sup>Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: Nhatphaphat\_j@Rmutt.ac.th

Received: January 18, 2024

Revised: February 22, 2024

Accepted: February 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงสำหรับนักศึกษาเอกการตลาด 2) เปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียน และ 3) ศึกษาถึงอิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการในแต่ละด้านต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่ลงทะเบียนวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ 1) แผนการศึกษาค่ายวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด และ 2) แบบประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่า  $t$  แบบเชื่อมโยงและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง

ผลการศึกษาพบว่า 1) แผนการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด มีการออกแบบเพื่อส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านและการสร้างโมเดลธุรกิจ โดยมี 3 องค์ประกอบหลักคือ เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้ 2) ภายหลังจากเข้าค่ายเสริมประสบการณ์จริง ผู้เรียนมีสมรรถนะผู้ประกอบการสูงขึ้นกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 3) สมรรถนะด้านโอกาสและสมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดถอยมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ

การส่งเสริมสมรรถนะ สมรรถนะผู้ประกอบการ ค่ายเสริมประสบการณ์จริง มหาวิทยาลัยเปิด

### ABSTRACT

This research objectives were to 1) develop learning plan for experiential boot-camp for the students in marketing major, 2) compare the entrepreneurial competencies before and after the experiential boot-camp, and 3) uncover the effect of entrepreneurial competencies in each aspect on entrepreneurial intention. The quasi-experimental research was employed to address the research objectives. The sample was 50 students who registered for the marketing experience subject in the second semester of year 2022. The research instruments were 1) learning plan for professional marketing experience boot-camp and 2) the assessment form for entrepreneurial competencies and entrepreneurial intentions. The statistics used for data analysis included descriptive statistics, comprising frequency, percentage, mean, standard deviation, along with inferential statistics, which included t-test analysis and multiple linear regression analysis.

The results revealed as follows: 1) The learning plan for professional marketing experience boot-camp was designed to promote 6 aspects of entrepreneurial competencies business model creation, including 3 main components: learning content, instructional activities, and instructional media, 2) After completing the experiential boot-camp, students' entrepreneurial competency was higher than before lessoning with a statistical significance of 0.05, and 3) Opportunity and commitment competencies significantly influenced students' entrepreneurial intentions at the 0.05 statistical significance level.

### Keywords

Enhancing Competencies, Entrepreneurial Competencies, Experiential Boot-Camp, Open University

### ความสำคัญของปัญหาวิจัย

ผู้ประกอบการ ถือเป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในแต่ละประเทศทั่วโลก (Cui & Bell, 2022; Anand, Argade, Barkemeyer & Salignac, 2021; Terán- Yépez, Marín- Carrillo, Casado- Belmonte & Capobianco- Uriarte, 2020; Schumpeter, 1934) ถึงแม้ว่านักวิชาการบางส่วนมองว่าการเป็นผู้ประกอบการจะก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำของเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนา (Liao, Nguyen, Chi & Nguyen, 2022) แต่ก็มีนักวิชาการอีกกลุ่มโต้แย้งว่า อาชีพการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิธีการหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมในประเทศที่กำลังพัฒนาในระยะยาว (Rustiana et al., 2022; Yan, Huang & Xiao, 2022) เพราะผู้ประกอบการมีส่วนในการกระตุ้นเศรษฐกิจและก่อให้เกิดการสร้างงานสำหรับคนในประเทศ ทั้งนี้หัวใจความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบสินค้า

หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาด โดยพิจารณาจากโอกาสทางธุรกิจที่อาจจะยังไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นเข้ามาทำการตลาดตลอดจนความสามารถของธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองโอกาสทางธุรกิจนั้นได้อย่างรวดเร็ว ในฐานะผู้บุกเบิกตลาด ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพและทำให้เศรษฐกิจเติบโตในระดับประเทศ ด้วยเหตุนี้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มวัยทำงานตอนต้นเพราะเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาการว่างงาน (Biney, 2023) หลายประเทศทั่วโลกจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาและวัยทำงานตอนต้นเพื่อให้สามารถสร้างธุรกิจของตนเองที่มีความยั่งยืนและสามารถลดอัตราว่างงานลง (Biney, 2021; Nafukho, Wawire & Lam, 2011) กลุ่มวัยทำงานตอนต้นถือเป็นสัดส่วนขนาดใหญ่ของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งการจะสร้างให้เกิดผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในอนาคตควรจะต้องเริ่มจากคนกลุ่มนี้ การเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการจึงช่วยเพิ่มอัตราการมีอาชีพให้กับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาให้สามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจอย่างมีจุดหมาย การตระหนักถึงลักษณะเด่นของตนเอง และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (QAA, 2012) นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาและคนวัยทำงานตอนต้นเห็นว่าอาชีพการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพในฝันที่จะสร้างความมั่นคงด้านการงานและเป็นเส้นทางไปสู่การประสบความสำเร็จในชีวิต แต่อย่างไรก็ดีการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ก็ยังมีการศึกษาวิจัยเป็นจำนวนน้อย (Scarborough, 2012) การเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) หมายถึง การออกแบบโปรแกรมการเรียนการสอนหรือกระบวนการด้านการศึกษาสำหรับพัฒนาสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการ โดยจะเกี่ยวข้องกับทั้งด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) โดยงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้นั้นมาจาก 3 องค์ประกอบหลักดังกล่าว ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาขึ้นได้ด้วยการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการ (Sampene, Khan, Agyeman & Opoku, 2023) ในที่สุดก็จะทำให้เกิดการพัฒนาประเทศและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สหภาพยุโรปเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการเพื่อลดอัตราว่างงาน (Rasmussen, 2014) ความสำคัญของการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากงบประมาณการลงทุนด้านการเรียนการสอนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลกที่ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างงานสร้างอาชีพเพื่อนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Mafela, 2009) แต่แต่ละประเทศทั่วโลกมีความคาดหวังและเพิ่มงบประมาณการลงทุนการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการให้กับสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ถือได้ว่าเป็นหน้าที่ของมหาวิทยาลัยที่จะต้องสามารถส่งเสริมนักศึกษาให้มีสมรรถนะในด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Yan, Huang & Xiao, 2023) สมรรถนะด้านผู้ประกอบการยังเป็นสมรรถนะหนึ่งที่สามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (Timmermans, 2023) เพราะสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง

การศึกษาอย่างไม่เป็นทางการ (Non-formal Education) เป็นรูปแบบการศึกษาที่มีกิจกรรมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบที่อาจจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกชั้นเรียน ไม่ว่าจะสำหรับผู้เรียนกลุ่มใดและเพื่อวัตถุประสงค์ในด้านใดก็ตาม (Singh, 2010) โดยการศึกษาอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการเรียนรู้

สำหรับผู้ใหญ่และมีรูปแบบทั้งโปรแกรมการฝึกอบรม การทำกิจกรรมกลุ่มแบบเวิร์คช็อป การสัมมนา และการรวมกลุ่มผู้เรียนมาทำกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบการเข้าค่าย (Boot-camps) ซึ่งเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะทำให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง (Rogers, 1993) โดยเฉพาะนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจที่เรียนในระบบการเรียนรู้ทางไกล (Distance Learning) จะมีการเรียนรู้ในการพัฒนาความรู้และวิธีการคิดจากทั้งในการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนในห้องเรียน และการเรียนแบบไม่เป็นทางการในโลกของการทำงานจริง ซึ่งทำให้การเรียนการสอนด้านการเป็นผู้ประกอบการมีการพัฒนาขึ้นในช่วงที่ผ่านมา (Wright, Feng & Zheng, 2022)

ผลการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้นี้ในภูมิภาคเอเชียใต้และประเทศจีนพบว่า การเรียนการสอนเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการส่งผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในด้านของการรับรู้ถึงความเป็นไปได้และความปรารถนาในการเป็นผู้ประกอบการ โดยกิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนสามารถมีผลต่อการเพิ่มความฉลาดทางอารมณ์และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Yan, Huang & Xiao, 2023) โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ได้มีการนำมาใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งพบว่าการเรียนการสอนสมรรถนะผู้ประกอบการจะทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสพัฒนาตนเองและมีการรับรู้ถึงการพัฒนาสมรรถนะในตนเองและส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Alferaih, 2022; Jin, 2022; Zhai et al., 2022; Kusumojanto, Wibowo, Kustiandi & Narmaditya, 2021; Krueger & Sussan, 2017) โดยความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจะเป็นเสมือนแรงขับที่อาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมการสร้างธุรกิจของตนเองในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ในการวัดผลประสิทธิภาพการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการได้ (Paliwal, Rajak, Kumar & Singh, 2022)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการมีจำนวนมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับอิทธิพลของการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Mohammed, Ahmed Bamahros, Grada, & Alaswadi, 2023; Avila, Davel, & Elias, 2022; Elmuti et al., 2012; Katz, 2003) แต่ยังคงขาดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบแผนการเรียนการสอนที่จะช่วยส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาและนำไปสู่การส่งเสริมความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต มหาวิทยาลัยเปิดถือเป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถสมัครเข้าเรียนได้โดยไม่มีการสอบคัดเลือกและสามารถเรียนได้ผ่านระบบทางไกล โดยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งเดียวในประเทศไทยที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนจากทั่วประเทศได้มีโอกาสเรียนในระดับอุดมศึกษาโดยเรียนผ่านสื่อหลักคือ เอกสารการสอนหรือตำราของมหาวิทยาลัยและมีสื่อเสริมอื่น ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ อีเลิร์นนิ่ง ยูทูป เป็นต้น และที่สำคัญมหาวิทยาลัยได้ริเริ่มให้มีโปรแกรมการเรียนการสอนที่มีการสอนเสริมประสานเวลาผ่านช่องทางออนไลน์ ให้ผู้เรียนสามารถที่จะเข้ามาเรียนรู้เพิ่มเติมกับคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยและผู้ทรงคุณวุฒิ รายวิชาก่อนสำเร็จการศึกษาสำหรับทุกหลักสูตรคือ วิชาประสบการณ์วิชาชีพ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามาเข้าค่ายเสริมประสบการณ์จริงที่มหาวิทยาลัยเป็นเวลา 5 วัน 4 คืน ที่มุ่งเน้นส่งเสริมการฝึกทักษะและเสริมสร้างทัศนคติและเรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นรายวิชาที่สามารถจะจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการนำไปปฏิบัติในชีวิตจริง ด้วยเหตุนี้ จึงเหมาะสมต่อการส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการในรายวิชานี้โดยเฉพาะ

ในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจที่ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้เนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการมาแล้ว แต่อาจจะยังไม่เคยได้ฝึกปฏิบัติจริง งานวิจัยนี้จึงเป็นการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาที่เข้าอบรมค่ายเสริมประสบการณ์จริงของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจเอกการตลาดและมีการวัดผลในด้านของสมรรถนะผู้ประกอบการและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการว่าสามารถที่จะส่งเสริมสมรรถนะและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนได้หรือไม่ และยังสามารถนำไปปรับปรุงการเรียนการสอนได้ในอนาคต

### โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. การออกแบบการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงสำหรับนักศึกษาเอกการตลาด เป็นอย่างไร
2. สมรรถนะผู้ประกอบการของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียนเป็นอย่างไร
3. อิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการในแต่ละด้านต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

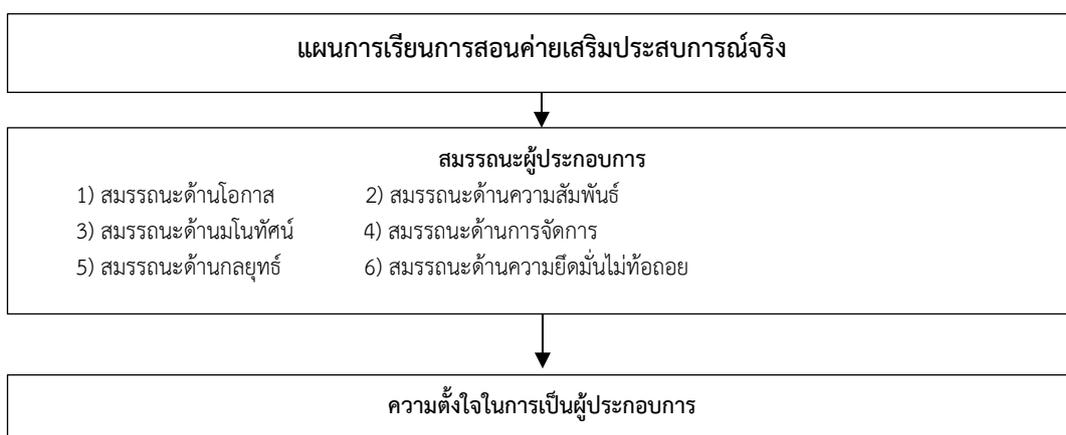
การศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการในรูปแบบการเข้าค่ายเสริมประสบการณ์จริงในมหาวิทยาลัยเปิด มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อออกแบบการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงสำหรับนักศึกษาเอกการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการในแต่ละด้านต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ (Transformational Learning Theory -TLT) เป็นแนวคิดที่มาจาก Freire (1971) และ Mezirow (1978) ซึ่งหมายถึงกลยุทธ์การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่อาศัยวิธีการเรียนการสอนที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเปลี่ยนจากการเป็นผู้เรียนที่เรียนรู้แบบตั้งรับ (Passive Learning) ซึ่งเน้นการเรียนในฐานะเป็นฝ่ายรับข้อมูลข่าวสารความรู้จากผู้สอนผ่านการฟัง การดูและการอ่าน กลายเป็นผู้เรียนที่เรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ซึ่งจะเป็นผู้เรียนที่ได้ฝึกคิดและลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง โดย Mezirow เสนอว่าการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์เป็นกระบวนการเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้แบบเดิมที่ให้ผู้เรียนเป็นฝ่ายตั้งรับมาสู่การเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม การพูดคุยถกประเด็นต่าง ๆ ในชั้นเรียนอย่างเปิดเผย ผู้เรียนพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงพัฒนานตนเอง และสะท้อนผลการเรียนรู้ให้ผู้สอนได้ทราบ Baumgartner (2001) กล่าวว่า การเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์มี 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ ผู้เรียนจะต้องมีโอกาสได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้แบบเชิงรุก ขั้นตอนที่สองคือ ผู้เรียนจะต้องมีโอกาสที่จะสะท้อนคิดอย่างมีวิจารณญาณเพื่อที่จะประเมินว่าแนวคิดหรือมุมมองที่มีต่อตนเองและโลกภายนอกเป็นอย่างไร และ

ขั้นตอนที่สาม คือ ความสามารถเปลี่ยนตัวเองจากการเป็นผู้เรียนแบบตั้งรับมาเป็นการเรียนรู้ในเชิงรุก ซึ่งอาจนำไปสู่มุมมองหรือสมมติฐานใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Freire (1971) ที่เสนอแนะว่า การศึกษาที่ดีจะต้องสร้างให้เกิดการพูดคุยกันอย่างต่อเนื่องระหว่างผู้สอนและผู้เรียน โดยสิ่งที่ปัญหาของระบบการศึกษาในระบบก็คือความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนซึ่งถือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา กับผู้เรียนที่ยังขาดความรู้ในด้านเนื้อหา โดยผู้สอนทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียนที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับความรู้ ซึ่งผู้เรียนอาจกล้าที่จะตั้งคำถามเกี่ยวกับความถูกต้องของความรู้เหล่านั้น ดังนั้น Freire จึงนำเสนอการเรียนแบบให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางที่เน้นการสร้างการสื่อสารพูดคุย การให้ผู้เรียนตระหนักรู้ด้วยตนเอง การฝึกปฏิบัติและการเรียนรู้จากปัญหาเป็นฐาน ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการปฏิบัติจริงของผู้เรียนและการสะท้อนคิดสิ่งที่เรียนภายหลังจากการเรียนในชั้นเรียน (Klapper & Fayolle, 2023) ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรจัดกระทำที่นำมาใช้ในการวิจัยกึ่งทดลองนี้ คือ แผนการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงสำหรับวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ด้วยการออกแบบอาศัยวิธีการสอนด้วยการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ วิธีการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่และการออกแบบแผนการเรียนด้วยสมรรถนะผู้ประกอบการเป็นฐาน โดยให้ผู้เรียนศึกษาคลิปวิดีโอเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านมาล่วงหน้า ผู้สอนสรุปเนื้อหาและออกแบบกิจกรรมโดยใช้กรณีศึกษาเป็นฐานในการเรียนรู้ และนำการเรียนการสอนแบบปรับเปลี่ยนมโนทัศน์มาใช้ใน 3 ขั้นตอน สำหรับทุกกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรม การสะท้อนคิด และการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงให้ผู้เรียนเกิดมุมมองใหม่ ๆ และเกิดการเรียนรู้ในเชิงรุกที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนและผู้สอนอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของการเรียนการสอน โดยมีแผนกิจกรรมการเรียนการสอนดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แผนการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด

วันที่	หัวข้อการเรียนรู้	เนื้อหาการเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อการเรียนรู้
วันที่ 1	สมรรถนะด้านโอกาสและด้านนวัตกรรม	วิธีแสวงหาโอกาสและนำโอกาสมาสร้างเป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์	กิจกรรมกลุ่มจากกรณีศึกษา ฟู้ดเดลิเวอรีและการสะท้อนคิดของผู้เรียน	- คลิปวิดีโอเนื้อหาสมรรถนะด้านโอกาสและนวัตกรรม
วันที่ 2	สมรรถนะด้านความสัมพันธ์และด้านการจัดการ	การสร้างพันธมิตรและการจัดการธุรกิจ	กิจกรรมกลุ่มจากกรณีศึกษา ธุรกิจน้ำอัดลมและการสะท้อนคิดของผู้เรียน	- คลิปวิดีโอเนื้อหาสมรรถนะด้านความสัมพันธ์และการจัดการ
วันที่ 3	สมรรถนะด้านกลยุทธ์	การวางแผนออกแบบกลยุทธ์ให้เหมาะสม	กิจกรรมกลุ่มกรณีศึกษา ธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางและการสะท้อนคิดของผู้เรียน	- คลิปวิดีโอเนื้อหาสมรรถนะด้านกลยุทธ์ - แบ่งปันประสบการณ์จากวิทยากรภายนอกที่ประสบความสำเร็จ
วันที่ 4	สมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง	วิธีคิดการยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง	กิจกรรมกลุ่มกรณีศึกษา ธุรกิจท่องเที่ยวหลังโควิด และการสะท้อนคิดของผู้เรียน	- คลิปวิดีโอเนื้อหาสมรรถนะการยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง
วันที่ 5	การสร้างโมเดลธุรกิจ	การผนวกรวมสมรรถนะทั้ง 6 ด้านเพื่อสร้างโมเดลธุรกิจใหม่	กิจกรรมกลุ่ม การนำเสนอแผนธุรกิจใหม่และการสะท้อนคิดของผู้เรียน	- คลิปวิดีโอเนื้อหาการทำ Business Model Canvas

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) ศึกษาจากประชากร คือ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีจำนวนทั้งสิ้น 1,453 คน และมีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเลือกจากนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ซึ่งเป็นวิชาที่นักศึกษาจะมาเข้าค่ายฝึกเสริมประสบการณ์จริงที่มหาวิทยาลัยเป็นเวลา 5 วัน 4 คืน ระหว่างวันที่ 4-8 มิถุนายน 2566 ประกอบด้วยนักศึกษานักเรียนจำนวน 50 คน

1) เครื่องมือที่ใช้ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ 1) แผนการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด และ 2) แบบประเมินผู้ประกอบการและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้วยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด 3 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 4 ข้อ (2) แบบประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านจำนวน 40 ข้อ และ (3) ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจำนวน 1 ข้อ

2) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) แผนการเรียนการสอน

ค่ายเสริมประสบการณ์จริงวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบการเรียนการสอนจำนวน 3 ท่าน ในด้านของเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดมีค่าระหว่าง 4.63-4.75 และ 2) แบบประเมินสมรรถนะและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Item-Objective Congruence) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านโดยมีเกณฑ์ว่าแต่ละข้อคำถามจะต้องได้ค่าเกินกว่า 0.5 (Kamket, 2012) และได้นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยเกณฑ์การพิจารณาค่า Cronbach's Alpha ควรสูงกว่า 0.7 ขึ้นไป (Worakam, 2016) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่า แบบประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.5 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคโดยรวมอยู่ที่ 0.983 โดยในแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 0.844-0.952 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.7

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามภายในชั้นเรียนก่อนและหลังการเรียนวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาดระหว่างวันที่ 4-8 มิถุนายน 2566 และนำมาตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและพรรณนาข้อมูลจากแบบสอบถาม และ
- 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยการวิเคราะห์ค่า t แบบเชื่อมโยง (Dependent Sample t-test) เพื่อทดสอบสมรรถนะผู้ประกอบการก่อนและหลังการเรียน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (Best & Kahn, 1993) มีดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุดมีค่าระหว่าง 4.51-5.00 เห็นด้วยมากมีค่าระหว่าง 3.51-4.50 เห็นด้วยปานกลางมีค่าระหว่าง 2.51-3.50 เห็นด้วยน้อยมีค่าระหว่าง 1.51-2.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุดมีค่าระหว่าง 1.00-1.50

#### **ผลการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมา คือ เพศชายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 28-37 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 38-47 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ

เป็นพนักงานเอกชนจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ผลการศึกษามีดังนี้

1. แผนการเรียนการสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงวิชาประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ประกอบด้วยหัวข้อการเรียนรู้เกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโอกาส ด้านนวัตกรรม ด้านความสัมพันธ์ ด้านการจัดการ ด้านกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง และการสร้างโมเดลธุรกิจ ซึ่งในการจัดการเรียนการสอนจะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้และสื่อสารเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการของผู้เรียน

2. การเปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า นักศึกษาที่เข้าค่ายเสริมประสบการณ์จริงมีสมรรถนะผู้ประกอบการโดยรวมหลังเรียนมากกว่าก่อนเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และหลังเรียนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสมรรถนะผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.67 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน

สมรรถนะผู้ประกอบการ โดยรวม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig. (2-tailed)
ก่อนเรียน	50	3.81	0.65	-	< 0.001*
หลังเรียน	50	4.48	0.50	6.136	

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการรายด้านทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภายหลังจากเข้าค่ายเสริมประสบการณ์จริงสมรรถนะผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน ได้แก่ สมรรถนะด้านโอกาส สมรรถนะด้านความสัมพันธ์ สมรรถนะด้านนวัตกรรม สมรรถนะด้านการจัดการ สมรรถนะด้านกลยุทธ์ และสมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง เพิ่มขึ้นกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยหลังเรียนพบว่า สมรรถนะด้านโอกาสมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.55 รองลงมาคือ สมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง 4.52 และสมรรถนะด้านความสัมพันธ์ ด้านนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ และด้านการจัดการตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบสมรรถนะผู้ประกอบการรายด้านก่อนเรียน และหลังเรียน

สมรรถนะผู้ประกอบการรายด้าน	ค่าเฉลี่ยก่อนเรียน	ค่าเฉลี่ยหลังเรียน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig. (2-tailed)	ลำดับค่าเฉลี่ยหลังเรียน
ด้านโอกาส	3.81	4.55	0.81	-6.436	< 0.001*	1
ด้านความสัมพันธ์	4.00	4.48	0.73	-4.641	< 0.001*	3
ด้านนวัตกรรม	3.75	4.44	0.89	-5.493	< 0.001*	4
ด้านการจัดการ	3.66	4.37	0.88	-5.766	< 0.001*	6
ด้านกลยุทธ์	3.58	4.41	1.01	-5.762	< 0.001*	5
ด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง	4.08	4.52	0.97	-3.189	0.002*	2

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. การวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นมีข้อตกลงเบื้องต้นคือตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงหลายตัวแปร (Multicollinearity) ซึ่งสามารถตรวจสอบได้จากค่า Tolerance และ VIF ซึ่งค่า Tolerance ควรจะมากกว่า 0 และค่า VIP ต่ำกว่า 10 ซึ่งการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าวว่าไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงหลายตัวแปร จึงสามารถนำมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นได้ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า สมรรถนะด้านโอกาสและสมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยสมรรถนะด้านโอกาสมีอิทธิพลมากที่สุด ( $B = 0.403$ ) รองลงมาคือ สมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง ( $B = 0.326$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับสูง ( $R = 0.787$ ) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 56.7 ( $\text{Adjusted } R^2 = 0.567$ ) และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.446 ( $\text{SE}_{\text{est}} = 0.446$ ) ดังตารางที่ 4 โดยสามารถเขียนอยู่ในรูปสมการพยากรณ์ได้ดังนี้  $\hat{Y} = 0.167 + 0.423 (X_1)^* + 0.006 (X_2) - 0.030 (X_3) + 0.127 (X_4) + 0.041 (X_5) + 0.330 (X_6)^*$

ตารางที่ 4 อิทธิพลของสมรรถนะผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0.167	0.645		0.260	0.796		
ด้านโอกาส (X <sub>1</sub> )	0.423	0.204	0.403	2.072	0.044*	0.233	4.290
ด้านความสัมพันธ์ (X <sub>2</sub> )	0.006	0.197	0.005	0.031	0.975	0.337	2.969
ด้านมโนทัศน์ (X <sub>3</sub> )	0.030	0.190	0.023	0.158	0.875	0.402	2.490
ด้านการจัดการ (X <sub>4</sub> )	0.127	0.188	0.097	0.677	0.502	0.432	2.314
ด้านกลยุทธ์ (X <sub>5</sub> )	0.041	0.169	0.038	0.240	0.812	0.358	2.797
ด้านความยืดหยุ่นไม่ท้อถอย (X <sub>6</sub> )	0.330	0.145	0.326	2.269	0.028*	0.427	2.344

R = 0.787, R Square = 0.260, Adjusted R Square = 0.567, SEE = 0.446

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05

### อภิปรายผล

1. การเรียนการสอนผ่านการเข้าค่ายเสริมประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทำให้นักศึกษาที่เข้าร่วมหลักสูตรมีสมรรถนะผู้ประกอบการภายหลังการเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ทั้งสมรรถนะผู้ประกอบการโดยรวมและสมรรถนะผู้ประกอบการรายด้านทั้งด้านโอกาส ด้านความสัมพันธ์ ด้านมโนทัศน์ ด้านการจัดการ ด้านกลยุทธ์และด้านความยืดหยุ่นไม่ท้อถอย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Biney (2023) และ Adelowo, & Henrico (2023) ที่พบว่า การเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการสำหรับผู้ใหญ่ที่เน้นรูปแบบการเรียนรู้ด้วยการสร้างประสบการณ์จริงไม่ว่าจะเป็นระยะสั้น ระยะกลางหรือระยะยาว ช่วยส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Di Paola, Meglio, and Vona (2023) พบว่า การเรียนการสอนด้านสมรรถนะผู้ประกอบการของหลักสูตรบริหารธุรกิจในมหาวิทยาลัยที่เป็นการเรียนการสอนในรูปแบบของห้องปฏิบัติการเฉพาะทางเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการ เพราะทำให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงและยังสามารถเรียนรู้ร่วมกันกับผู้เรียนคนอื่นและผู้สอนด้วย สาเหตุที่ทำให้สมรรถนะผู้ประกอบการของนักศึกษาเพิ่มขึ้นหลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน อาจมาจากการออกแบบการเรียนการสอนตามหลักการออกแบบการเรียนการสอนด้วยวิธีการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ (Transformative Learning) ของ Freire (1971) และ Mezirow (1978) ที่มี 3 ขั้นตอนหลักคือ ขั้นตอนแรกทำให้ผู้เรียนจะต้องมีโอกาสได้มีส่วนในกิจกรรมกรณีศึกษาที่นำมาใช้ส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการในแต่ละด้าน ขั้นตอนที่สอง คือ ผู้เรียนจะต้องมีโอกาสที่จะสะท้อนคิดอย่างมีวิจารณญาณภายหลังการเรียนกับผู้เรียนด้วยกันและผู้สอนเพื่อสะท้อนให้เห็นวิถีคิดของตนที่เปลี่ยนแปลงไป และขั้นตอนที่ 3 คือ

ความสามารถที่จะคิดค้นหรือมีมุมมองหรือสมมติฐานใหม่ๆ กับปัญหาที่เจอ ในการสอนสมรรถนะ ผู้ประกอบการในค่ายเสริมประสบการณ์จริงครั้งนี้ใช้วิธีการเรียนแบบผู้ใหญ่ในรูปแบบค่ายเสริมประสบการณ์จริงที่ให้เรียนรู้จากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงและกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมผ่านสื่อการสอนที่ให้ผู้เรียนเข้าไปเรียนรู้ด้วยตนเอง การสรุปเนื้อหาและการทำกิจกรรมกลุ่มในรูปแบบเวิร์คช็อปพร้อมกันในชั้นเรียนทำให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง และสามารถทำงานเป็นกลุ่มร่วมกับผู้เรียนคนอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hershmann, Yuan, Follmer, Kale & White (2023) กล่าวว่า การเรียนการสอนที่มีการผสมผสานประสบการณ์ การเรียนทั้งเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอนรวมถึงการให้ผู้เรียนได้ คิดค้นโมเดลธุรกิจใหม่ของตนเองทำให้ผู้เรียนมีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น และที่สำคัญการออกแบบการเรียนการสอนเป็นการออกแบบโดยอาศัยสมรรถนะผู้ประกอบการเป็นฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hou, Qi, Su, Wu & Tang (2023) ค้นพบว่า การออกแบบการเรียน การสอนด้วยสมรรถนะผู้ประกอบการเป็นฐานในระดับอุดมศึกษาสามารถช่วยส่งเสริมสมรรถนะ ผู้ประกอบการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากสมรรถนะผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น ผู้เรียนยังมีความพึงพอใจภายหลังการเรียนในระดับมากที่สุดทั้งในด้านของหลักสูตรการเรียนการสอน วิทยากร สถานที่อุปกรณ์และการบริการ และด้านความรู้ความเข้าใจที่ได้รับ

2. ในบรรดาสมรรถนะผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน พบว่า สมรรถนะด้านความยึดมั่นไม่ ท้อถอยมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Avila, Davel, and Elias (2022) พบว่า สมรรถนะด้านผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกไม่ ว่าจะเป็นความรู้สึกผูกพัน ความหลงใหลในธุรกิจ และความตั้งใจอย่างแรงกล้า มีผลต่อความตั้งใจเป็น ผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Othman, Zamzamin, and Ahmad (2023) พบว่า ปัญหาหลักของผู้เรียนด้านผู้ประกอบการคือความกลัวต่อปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการริเริ่ม ธุรกิจ โดยถ้าผู้เรียนมีสมรรถนะในด้านอารมณ์เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในตนเองและมุ่งมั่นไปสู่ ความสำเร็จก็จะทำให้มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูงขึ้นและมีแนวโน้มที่จะประกอบอาชีพเป็น ผู้ประกอบการในอนาคต และสมรรถนะด้านโอกาสมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai, Chang, and Wang (2023) ซึ่งพบว่า ความสามารถในการมองเห็น โอกาสทางธุรกิจเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีความตื่นตัวที่จะ ประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการในอนาคต โดยสาเหตุเฉพาะที่ทำให้สมรรถนะด้านโอกาสและ ด้านการยึดมั่นไม่ท้อถอยมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ อาจจะเป็นเพราะการเรียน การสอนค่ายเสริมประสบการณ์จริงเป็นกิจกรรมในระยะสั้นจึงอาจจะมีผลในการเพิ่มสมรรถนะ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจซึ่งก็คือสมรรถนะด้านโอกาสและทัศนคติ ในด้านความยึดมั่นไม่ท้อถอย ซึ่งเห็นได้จากคะแนนเฉลี่ยสมรรถนะด้านโอกาสมีค่าเฉลี่ยภายหลัง การเรียนมากเป็นอันดับที่หนึ่งและสมรรถนะด้านความยึดมั่นไม่ท้อถอยมีค่าเฉลี่ยภายหลังการเรียน มากเป็นอันดับที่สอง ซึ่งสมรรถนะทั้งสองด้านนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของความตั้งใจในการเป็น ผู้ประกอบการเพราะผู้ที่จะมีมาความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการได้จะต้องเริ่มต้นจากความสามารถ ในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จไม่ว่าจะประสบปัญหาอะไรก็ตามก็จะไม่ ท้อถอยต่ออุปสรรคดังกล่าว

### ข้อเสนอแนะ

1. สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาและคณาจารย์ผู้สอนด้านบริหารธุรกิจสามารถนำแนวคิดการเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ ซึ่งกลยุทธ์การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่อาศัยวิธีการเรียนการสอนที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน โดยเน้นการเรียนรู้จากผู้สอนผ่านการฟัง การดูและการอ่านเป็นผู้เรียนที่เรียนรู้แบบเชิงรุก เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกคิดและลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง
2. สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาและคณาจารย์ผู้สอนด้านบริหารธุรกิจสามารถนำแผนการสอนสมรรถนะผู้ประกอบการในรูปแบบค่ายเสริมประสบการณ์จริงไปใช้สำหรับการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา โดยการส่งเสริมความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการกับผู้เรียนควรจะมีจุดเน้นสมรรถนะด้านโอกาสและสมรรถนะด้านความยืดหยุ่นไม่ทอดทิ้ง
3. การศึกษาเชิงปริมาณในรูปแบบสมการโครงสร้างสามารถทราบถึงอิทธิพลของการเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการที่มีผลต่อตัวแปรคือสมรรถนะผู้ประกอบการไปยังตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ

### References

- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? assessing University students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. **International Journal of Information Management Data Insights**. 2(2), 100087.
- Adelowo, C. M. & Henrico, A. (2023). Entrepreneurship education, personality traits and University environment as predictors of venture creation among undergraduates in Nigeria. **Forum Scientiae Oeconomia**. 11(1), 49-66.
- Anand, A., Argade, P., Barkemeyer, R. & Salignac, F. (2021). Trends and patterns in sustainable entrepreneurship research: a bibliometric review and research agenda. **Journal of Business Venturing**. 36(3), 106092.
- Ávila, A. L. D., Davel, E., & Elias, S. R. (2022). Emotion in entrepreneurship education: passion in artistic entrepreneurship practice. **Entrepreneurship Education and Pedagogy**. 6(3), 502-533.
- Baumgartner, L. (2001). An update on transformational learning. **New Directions for Adult and Continuing Education**. 2001, 15-24.
- Best, J. & Kahn, J. V. (1993). **Research in Education** (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Biney, I. K. (2023). Adult education and entrepreneurship: getting young adults involved. **J Innov Entrep**. 12(1), 13.
- Biney, I. (2021). Continuing education and employment creation: Investment in entrepreneurship matters. **Community Development**. 52.

- Di Paola, N., Meglio, O. & Vona, R. (2023). Entrepreneurship education in entrepreneurship laboratories. **The International Journal of Management Education**. 21(2), 100793.
- Freire, P. (1971). **Cultural action for freedom**. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.
- He, Q., Tong, H. & Liu, J. B. (2022). How does inequality affect the residents' subjective well-being: inequality of opportunity and inequality of effort. **Frontiers in psychology**. 13, 843854.
- Hershmann, T. E., Yuan, J., Follmer, J., Kale, U. & White, C. (2023). The impacts of a blended entrepreneurship course on secondary students' entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Education and Pedagogy**. 6(2), 359-379.
- Hou, F., Qi, M.-D., Su, Y., Wu, Y. J. & Tang, J.-Y. (2023). How does university-based entrepreneurship education facilitate the development of entrepreneurial Intention? Integrating passion- and competency-based perspectives. **The International Journal of Management Education**. 21(2).
- Lai, W., Chang, Y. & Wang, X. (2023). Research on the management of student entrepreneurship development in higher education. **Journal of Higher Education Theory and Practice**. 23(6), 159-176.
- Jin, Y. (2022). Analysis of college students' entrepreneurship education and entrepreneurial psychological quality from the perspective of ideological and political education [original research]. **Frontiers in Psychology**, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.739353>
- Kamket, W. (2012). **rabiāp withī wīchai thāng phruttkam sāt** [Research methodology in behavioral sciences] (3rd). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Klapper, R. G. & Fayolle, A. (2023). A transformational learning framework for sustainable entrepreneurship education: The power of Paulo Freire's educational model. **The International Journal of Management Education**. 21, 1-14.
- Krueger, N. F. & Sussan, F. (2017). Person-level entrepreneurial orientation: Clues to the 'entrepreneurial mindset. **International Journal of Business and Globalisation**. 18(3), 382–395. <https://doi.org/10.1504/ijbg.2017.10003130>

- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J. & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. **Cogent Education**. 8(1), 1948660. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>
- Liao, Y. K., Nguyen, V. H. A., Chi, H. K. & Nguyen, H. H. (2022). Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurial passion. **Glob Bus Organ Excell**. 41, 23–40. <https://doi.org/10.1002/joe.22151>
- Mezirow, J. (1978). Perspective Transformation. **Adult Education**. 28(2), 100–110. <https://doi.org/10.1177/074171367802800202>
- Mohammed, S. A. S. A., Ahmed Bamahros, H. M., Grada, M. S. & Alaswadi, W. (2023). EC-education, gender disparity, and digital entrepreneurship intention: The moderating role of attitude components; a competitive advantage of the Ha'il region. **International Journal of Information Management Data Insights**. 3(2), 100179. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100179>
- Mafela, L. (2009). Entrepreneurship education and community outreach at the University of Botswana. **Eastern Africa Social Science Research Review**. 25(2), 31–52. <https://doi.org/10.1353/eas.0.0011>
- Nafukho, F. M., Wawire, N. H. W. & Lam, P. M. K. (2011). **Management of adult education organizations in Africa**. Pearson Education and UNESCO.
- Nafukho, F. M. & Muyia, M. A. (2010). Entrepreneurship and socio-economic development in Africa. **Journal of Industrial Training**. 34(2), 96–109.
- Othman, N. H., Zamzamin, Z. Z. & Ahmad, N. A. (2023). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Emotions among University Students. **International Journal of Learning, Teaching and Educational Research**. 22(5), 605-619.
- Paliwal, M., Rajak, B., Kumar, V. & Singh, S. (2022). Assessing the role of creativity and motivation to measure entrepreneurial education and entrepreneurial intention. **International Journal of Educational Management**. 36, <https://doi.org/10.1108/IJEM-05-2021-0178>
- QAA. (2012). **Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK education providers**. The Quality Assurance Agency for Higher Education.
- Rasmussen, P. (2014). The evolution of European union policies. **Adult Learning Policy in the European Commission**. 15–34. [https://doi.org/10.1163/9789462095489\\_003](https://doi.org/10.1163/9789462095489_003)
- Rogers, A. (1993). **Adult learning for development**. Switzerland: Cassell.

- Rustiana, Y., Mohd, O. B. & Binti, M. N. (2022). The distribution role of entrepreneurship mindset and task technology fit: an extended model of theory of planned behavior. **Journal of Distribution Science**. 20(5), 85–96. <https://doi.org/10.15722/JDS.20.05.202205.85>
- Sampene, A. K., Li, C., Khan, A., Agyeman, F. O. & Opoku, R. K. (2023). Yes! I want to be an entrepreneur: A study on university students' entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior. **Current Psychology**. 42(25), 21578-21596. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03161-4>
- Scarborough, N. M. (2012). **Effective small business management: An entrepreneurial approach** (10th ed.). New York: Prentice Hall.
- Schumpeter, E. F. (1934). **Capitalism, socialism, and democracy**. New York: Harper & Row.
- Singh, N. K. (2010). **Adult education**. English: Saurabh Publishing House.
- Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G. M., Casado-Belmonte, M. D. P., & Capobianco-Uriarte, M. D. L. M. (2020). Sustainable entrepreneurship: Review of its evolution and new trends. **Journal of Cleaner Production**. 252, 119742. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119742>
- Timmermans, A. (2023). Enhancing self-directed learning readiness in entrepreneurship education. **Journal of Higher Education Theory and Practice**. 23(9), 231-249.
- Worakam, P. (2016). **kānwichai kānsuksā** [Education Research]. Bangkok: Taksila printing.
- Wright, E., Feng, S. & Zheng, Y. (2022). Unemployed graduate to the next Jack Ma? A counter-narrative to the entrepreneurship movement in higher education. **Higher Education**. 83, 863–880.
- Yan, J., Huang, T. & Xiao, Y. (2023). Assessing the impact of entrepreneurial education activity on entrepreneurial intention and behavior: role of behavioral entrepreneurial mindset. **Environmental Science and Pollution Research**. 30(10), 26292-26307. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-23878-w>