การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการจากการใช้ Business Model Canvas ของนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ

ENTREPRENEURIAL LEARNING OUTCOMES FROM BUSINESS MODEL CANVAS–BASED LEARNING AMONG NON-BUSINESS UNDERGRADUATE STUDENTS

สืบวงศ์ กาฬวงศ์[1] ศศิวิมล บูรณรักษ์[2*] นิรัตน์ เพชรรัตน์[3] และ ภราดร กาญจนสุธรรม[4]
[1, 6]คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร
[2]คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
[3]นักวิชาการอิสระ

Suebwong Kalawong[1] Sasiwimol Buranarak[2*] Nirat Pechrat[3] and Paradorn Karnchanasutham[4]
[1, 6]Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University
[2]Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep
[3]Independent Scholar

[*]E-mail: sasiwimol.b@mail.rmutk.ac.th

Received: 2026-04-08
Revised: 2026-09-13
Accepted: 2026-09-15

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการภายหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas และ 2) เปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ จำนวน 28 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจต่อธุรกิจ 2) ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ และ 3) ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบค่าทีแบบอิสระ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากสาขารัฐศาสตร์ รองลงมา คือ สาขานิติศาสตร์ สาขาออกแบบ และสาขาอังกฤษธุรกิจ โดยนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 46.4 รองลงมา คือ ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 42.9 และชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 10.7 สำหรับประสบการณ์หารายได้ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์หารายได้ ร้อยละ 64.3 ขณะที่ร้อยละ 35.7 ไม่เคยมีประสบการณ์ดังกล่าว ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 0.99) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจต่อธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 0.93) ด้านทักษะการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, SD = 1.06) และด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, SD = 0.98) และ 2) ผลการเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ พบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเข้าใจต่อธุรกิจ (t = 0.93,

p = .368) ด้านทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ (t = 1.56, p = .144) และด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ (t = 0.62, p = .550) โดยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้านที่ระดับ .05
คำสำคัญ: Business Model Canvas, การเรียนรู้ผู้ประกอบการ, ประสบการณ์การหารายได้

ABSTRACT

This study aimed to 1) assess entrepreneurial learning outcomes following learning management using the Business Model Canvas and 2) compare entrepreneurial learning outcomes between students with and without income-generating experience. The sample consisted of 28 non-business students who were selected using a non-probability sampling method through convenience sampling. The research instrument was a questionnaire on entrepreneurial learning outcomes, comprising three dimensions: 1) business understanding, 2) analytical and application skills, and 3) confidence in becoming an entrepreneur. The data were analyzed using descriptive statistics and an independent-samples t-test at a statistical significance level of .05. The results showed that most of the participants were from the Political Science program, followed by Law, Design, and Business English. Most students were first-year students (46.4%), followed by second-year students (42.9%) and third-year students (10.7%). Regarding income-generating experience, the majority of students had previous income-generating experience (64.3%), while 35.7% had no such experience. Overall, the entrepreneurial learning outcomes were at a high level (M = 4.07, SD = 0.99). When considered by dimension, business understanding was at a high level (M = 4.07, SD = 0.93), analytical and application skills were at a high level (M = 4.08, SD = 1.06), and confidence in becoming an entrepreneur was also at a high level (M = 4.06, SD = 0.98). Furthermore, students with income-generating experience had higher mean scores than those without such experience across all three dimensions: business understanding (t = 0.93, p = .368), analytical and application skills (t = 1.56, p = .144), and confidence in becoming an entrepreneur (t = 0.62, p = .550). However, no statistically significant differences were found in any of the three dimensions at the .05 significance level.
Keywords: Business Model Canvas, Entrepreneurial Learning, Work Experience

บทนำ

การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship development) ในระดับอุดมศึกษากำลังได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่ระบบการศึกษามุ่งผลิตบัณฑิตเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานในฐานะลูกจ้าง ไปสู่การพัฒนาบัณฑิตที่มีกรอบคิดและสมรรถนะในการสร้างคุณค่า ทั้งในฐานะผู้ประกอบการโดยตรงและในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีความคิดริเริ่มเชิงผู้ประกอบการ (intrapreneurship) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัยในการเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและการพัฒนาสังคม (Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council, 2026) โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ ซึ่งแม้จะมีข้อจำกัดด้านความรู้พื้นฐานทางธุรกิจและความคุ้นเคยกับเครื่องมือวางแผนธุรกิจ แต่กลับมีศักยภาพเชิงวิชาชีพเฉพาะทางที่สามารถพัฒนาเป็นโอกาสทางนวัตกรรมได้ หากได้รับการออกแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสม (Rocha et al., 2024) ในบริบท

ของประเทศไทย แนวคิดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ได้รับการส่งเสริมทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูงและสมรรถนะในศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่น การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน (project-based learning) กรณีศึกษา และกิจกรรมเชิงปฏิบัติ สะท้อนการเปลี่ยนบทบาทของผู้สอนจากผู้ถ่ายทอดความรู้ไปสู่การเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council, 2026)

ขณะเดียวกัน งานวิจัยด้านความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาไทยยังชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยเชิงจิตสังคม เช่น ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จึงสนับสนุนแนวคิดว่าการจัดการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นว่าตนสามารถพัฒนาแนวคิดธุรกิจได้จริง (Pattrawiwat, Jansem, Intarakamhang, Boocha, Azharuddin, Daovisan, and Tuntivivat, 2025) การจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจยังเผชิญความท้าทายสำคัญอย่างน้อยสองประการ ได้แก่ (1) การทำให้แนวคิดทางธุรกิจที่มีความซับซ้อนสามารถมองเห็นภาพรวมได้อย่างชัดเจนภายในระยะเวลาการเรียนรู้ที่จำกัด และ (2) การสร้างความเชื่อมั่นในการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial confidence) ผ่านประสบการณ์การลงมือปฏิบัติจริงมากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว ในบริบทของประเทศไทย แนวทางการจัดกิจกรรมหรือโครงการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนและการพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการจึงถูกเสนอว่าเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะดังกล่าวในระดับอุดมศึกษา (Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council, 2026) โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ คือ Business Model Canvas (BMC) ซึ่งพัฒนาโดย Osterwalder และ Pigneur (2010) โดย BMC เป็นกรอบแนวคิดเชิงภาพ (visual framework) ที่ช่วยอธิบายองค์ประกอบสำคัญของแบบจำลองธุรกิจภายในพื้นที่เดียว ทำให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลักของธุรกิจ เช่น คุณค่าที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทางการสื่อสาร ทรัพยากรหลัก โครงสร้างต้นทุน และกระแสรายได้ได้อย่างเป็นระบบ ลักษณะดังกล่าวทำให้ BMC เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้แบบเวิร์คช็อปสำหรับผู้เรียนที่เริ่มต้นศึกษาแนวคิดด้านธุรกิจ โดยเฉพาะผู้เรียนที่ไม่ได้มีพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ

ในมุมมองทางทฤษฎี การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน BMC มีความสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) ซึ่งอธิบายวงจรการเรียนรู้ผ่านการมีประสบการณ์จริง การสะท้อนคิด การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม และการทดลองปฏิบัติ (Kolb, 2015) กระบวนการดังกล่าวเอื้อต่อการพัฒนาทั้งความเข้าใจเชิงแนวคิดและทักษะการคิดเชิงระบบของผู้เรียน นอกจากนี้ หากเป้าหมายของการเรียนรู้รวมถึงการยกระดับความเชื่อมั่นว่าตนสามารถพัฒนาแนวคิดธุรกิจได้ ก็สอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) ซึ่งอธิบายว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนจะส่งผลต่อระดับความพยายาม ความคงทนต่ออุปสรรค และการตัดสินใจลงมือปฏิบัติ (Bandura, 1997) โดยที่งานวิจัยด้านการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการโดยใช้ BMC ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามักดำเนินการกับนักศึกษาในสายบริหารธุรกิจซึ่งมีพื้นฐานความรู้ด้านธุรกิจ การเงิน และการตลาดมาก่อนในระดับหนึ่ง ในขณะที่นักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ เช่น สายรัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ หรือออกแบบ ไม่ได้ผ่านการเรียนรู้พื้นฐานเหล่านี้มาก่อน จึงยังไม่ชัดเจนว่าเครื่องมือ BMC ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในบริบทธุรกิจโดยเฉพาะ จะสามารถส่งผลต่อความเข้าใจเชิงธุรกิจและความเชื่อมั่นเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษากลุ่มนี้ได้ในระดับใด แม้ว่างานวิจัยก่อนหน้าจะชี้ให้เห็นความสำคัญของการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการและบทบาทของปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่การศึกษาที่ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้จากการใช้ Business Model Canvas ในกลุ่มนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจในบริบท

มหาวิทยาลัยไทยยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ทั้งมิติของความเข้าใจเชิงธุรกิจและความเชื่อมั่นเชิงผู้ประกอบการจากประสบการณ์การเรียนรู้จริง ประกอบกับยังไม่มีการศึกษาที่เปรียบเทียบผลลัพธ์ดังกล่าวระหว่างนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ ทั้งที่ประสบการณ์หารายได้อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักศึกษาเชื่อมโยงเนื้อหาใน BMC เข้ากับสถานการณ์จริงได้แตกต่างกัน งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งอุดช่องว่างดังกล่าว โดยศึกษาทั้งสองประเด็นไปพร้อมกันในกลุ่มนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจโดยเฉพาะ

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas ต่อความเข้าใจในโครงสร้างธุรกิจและความเชื่อมั่นเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการเปรียบเทียบตามลักษณะพื้นฐานของผู้เรียนผ่านประสบการณ์การหารายได้ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้และหลักสูตรด้านผู้ประกอบการในบริบทของมหาวิทยาลัยไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการภายหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas
2. เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักวิชาการและนักวิจัย สามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลอ้างอิงในการศึกษาหรือพัฒนางานวิจัยด้านการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะการใช้ Business Model Canvas ในการส่งเสริมความเข้าใจธุรกิจและความเชื่อมั่นเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษา
2. อาจารย์ผู้สอน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้หรือพัฒนารายวิชาด้านผู้ประกอบการ โดยใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติและการเรียนรู้จากประสบการณ์
3. สถาบันอุดมศึกษาและผู้พัฒนาหลักสูตร สามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาหลักสูตรหรือกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการของนักศึกษาแห่งศตวรรษที่ 21
4. นักศึกษา สามารถนำความรู้จากการใช้ Business Model Canvas ไปพัฒนาความเข้าใจแนวคิดธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ และการออกแบบแบบจำลองธุรกิจเบื้องต้นเพื่อต่อยอดในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการภายหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ โดยพิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจต่อธุรกิจ 2) ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ และ 3) ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 78 คน ที่ไม่ได้ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ และเข้าร่วม

กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการโดยใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ด้านเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการภายหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นหลักสูตรระยะเวลา 4 วัน ในช่วงภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2568

ทบทวนแนวคิด

การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาได้รับความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และตลาดแรงงานในยุคปัจจุบัน การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านผู้ประกอบการจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้สามารถคิดวิเคราะห์ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม การจัดการเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวมักเน้นการบูรณาการแนวคิดทางทฤษฎีเข้ากับการปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะ และความมั่นใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นพื้นฐานของการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แนวคิดเกี่ยวกับ Business Model Canvas ในฐานะเครื่องมือการเรียนรู้ 2) แนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) ในฐานะกลไกที่อธิบายว่าเหตุใดเครื่องมือดังกล่าวจึงส่งผลต่อการเรียนรู้ 3) แนวคิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ในฐานะผลลัพธ์เชิงจิตวิทยาที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าว และ 4) แนวคิดการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษา (Al-Mamary and Alshammari, 2025) ซึ่งเป็นบริบทที่ครอบคลุมแนวคิดทั้งสามข้างต้นเข้าไว้ด้วยกัน โดยแนวคิดทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกันเป็นลำดับเหตุและผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับ Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการอธิบายและออกแบบแบบจำลองธุรกิจ ซึ่งพัฒนาโดย Osterwalder และ Pigneur โดยมีลักษณะเป็นกรอบแนวคิดเชิงภาพที่ช่วยให้สามารถวิเคราะห์และนำเสนอองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจภายในพื้นที่เดียว ทำให้ผู้ใช้สามารถมองเห็นภาพรวมของการดำเนินธุรกิจและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบได้อย่างเป็นระบบ (Osterwalder and Pigneur, 2010) ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 9 ส่วน ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้า 2) คุณค่าที่นำเสนอ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า 5) กระแสรายได้ 6) ทรัพยากรหลัก 7) กิจกรรมหลัก 8) พันธมิตรหลัก และ 9) โครงสร้างต้นทุน ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย (Cantamessa and Montagna, 2016) โดยในบริบทของการศึกษา เครื่องมือ Business Model Canvas ถูกนำมาใช้เป็นกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะด้านผู้ประกอบการของผู้เรียน เนื่องจากช่วยให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจ เชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจ และพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม (International Institute for Trade and Development, 2020) นอกจากนี้ งานวิจัยของ Afxentiou and Bezzaz (2025) พบว่า การใช้ Business Model Canvas ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สามารถช่วยพัฒนาทักษะการออกแบบแบบจำลองธุรกิจและส่งเสริมการคิดเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ข้างต้นดำเนินการกับนักศึกษาสายบริหารธุรกิจหรือกลุ่มที่มีพื้นฐานความรู้ด้านธุรกิจมาก่อน ซึ่งบ่งชี้ว่าประสิทธิผลของ BMC ที่พบในวรรณกรรมยังไม่อาจสรุปได้ว่าจะเกิดผลลักษณะเดียวกันกับผู้เรียนที่ไม่มีพื้นฐานด้านธุรกิจมาก่อน อันเป็นประเด็นที่งานวิจัยนี้ให้ความสนใจ

ทั้งนี้ การที่ BMC จะส่งผลต่อการเรียนรู้ได้มากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ ซึ่งอธิบายได้ด้วยแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ในหัวข้อถัดไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning)

การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง การสะท้อนประสบการณ์ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง โดย Kolb (2015) อธิบายว่ากระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ประสบการณ์ตรง การสะท้อนคิดจากประสบการณ์ การสร้างแนวคิดเชิงนามธรรม และการทดลองปฏิบัติ แนวคิดดังกล่าวส่งเสริมให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม การคิดวิเคราะห์ และการประยุกต์ใช้ความรู้ ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูงและความสามารถในการแก้ปัญหา (Meehan, VonColln-Appling, Dasilva, Yocom, Stoltzfus, and Barker, 2026) ในบริบททางการศึกษา การจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทดลองคิดและออกแบบแนวคิดธุรกิจ เช่น การวิเคราะห์หรือพัฒนาแบบจำลองธุรกิจด้วย BMC ถือเป็นแนวทางหนึ่งของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่ช่วยเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีกับการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ วงจรการเรียนรู้ของ Kolb ช่วยอธิบายกลไกว่าเหตุใด BMC ซึ่งเป็นเพียงเครื่องมือ (tool) จึงสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ได้ นั่นคือผ่านการลงมือกรอกข้อมูลจริงในแต่ละองค์ประกอบ (ประสบการณ์ตรง) การอภิปรายและทบทวนแนวคิดธุรกิจของตน (การสะท้อนคิด) และการปรับแก้แบบจำลองซ้ำ (การทดลองปฏิบัติ) อีกทั้งในบริบทของประเทศไทยยังพบว่าการจัดการเรียนรู้ลักษณะดังกล่าวสามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 และเสริมสร้างทักษะด้านผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ (Pratana Govittayangkull, 2015) อย่างไรก็ดี งานวิจัยทั้งของ Kolb และปรารถนา โกวิทยางกูร เป็นการอธิบายกระบวนการเรียนรู้ในภาพกว้าง ยังไม่ได้เจาะจงไปที่ผลลัพธ์เชิงจิตวิทยาระดับบุคคลอย่างความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งเป็นมิติที่งานวิจัยนี้ต้องการวัดผลเพิ่มเติมและจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)

ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) เป็นแนวคิดสำคัญในทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Albert Bandura ซึ่งอธิบายว่าเป็นความเชื่อของบุคคลว่าตนมีความสามารถในการดำเนินการหรือปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยความเชื่อนี้มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ระดับความพยายาม ความมุ่งมั่น และการตัดสินใจลงมือปฏิบัติของบุคคล (Bandura, 1997) ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจและการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจ เนื่องจากบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูงมักกล้าคิด กล้าตัดสินใจ และพร้อมเผชิญความท้าทายทางธุรกิจมากกว่า (Newman et al., 2019) เมื่อพิจารณาร่วมกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ในหัวข้อก่อนหน้า จะเห็นได้ว่าความสำเร็จจากการลงมือปฏิบัติซ้ำ ๆ ในแต่ละขั้นของวงจรการเรียนรู้ (mastery experience) เป็นหนึ่งในแหล่งที่มาสำคัญของการรับรู้ความสามารถของตนเองตามแนวคิดของ Bandura ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงและประสบความสำเร็จจากการทำกิจกรรม เช่น การใช้ BMC จึงไม่เพียงส่งผลต่อความเข้าใจเชิงเนื้อหา (cognitive) เท่านั้น แต่ยังอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นเชิงผู้ประกอบการ (affective) ไปพร้อมกัน ซึ่งเป็นเหตุผลที่งานวิจัยนี้เลือกวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งสองมิติควบคู่กัน แทนที่จะวัดเพียงด้านความรู้ความเข้าใจด้านเดียวตามที่งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตนิยมทำ

4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษา

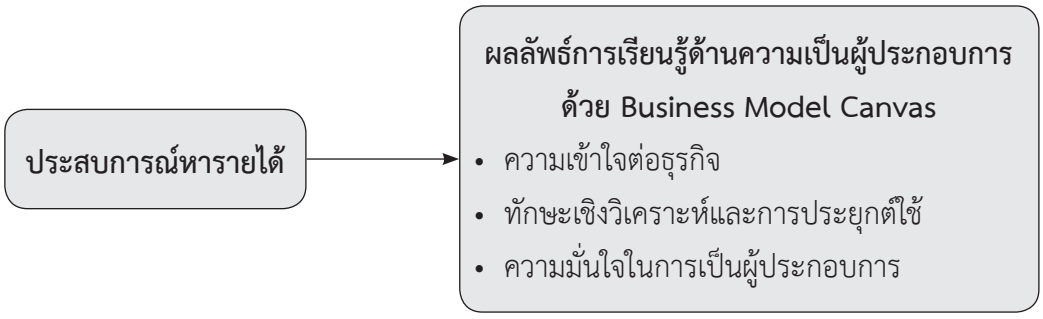
การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาเป็นแนวทางสำคัญในการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมุ่งส่งเสริมทักษะสำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงนวัตกรรม การมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และความสามารถในการนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติจริง (Lackéus, 2015) อีกทั้ง

กรอบสมรรถนะผู้ประกอบการของสหภาพยุโรปหรือ EntreComp ยังชี้ว่าทักษะด้านผู้ประกอบการเป็นสมรรถนะสำคัญที่ช่วยให้บุคคลสามารถสร้างคุณค่าให้กับตนเอง สังคม และเศรษฐกิจได้ (Bacigalupo et al., 2016) สิ่งที่น่าสังเกตคือทั้งงานวิจัยของ Lackéus และกรอบ Intercom ต่างมองว่าความเป็นผู้ประกอบการเป็นสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนทุกสาขาวิชา มิได้จำกัดเฉพาะผู้เรียนสายบริหารธุรกิจ ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา การจัดการเรียนการสอนมักเน้นกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง เช่น การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ การทำโครงงาน หรือการออกแบบแบบจำลองธุรกิจ เพื่อเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีกับการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง แต่ในทางปฏิบัติ การนำแนวคิดนี้ไปใช้จริงยังคงกระจุกตัวอยู่ในหลักสูตรสายบริหารธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่หลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจยังมีอยู่จำกัด ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติและการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ เช่น การใช้เครื่องมือออกแบบแบบจำลองธุรกิจ จึงเป็นแนวทางที่ควรได้รับการตรวจสอบผลลัพธ์อย่างเป็นระบบในกลุ่มผู้เรียนที่หลากหลายสาขาวิชามากขึ้น

จากแนวคิดทั้ง 4 ส่วนข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความเชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่เชิงเหตุผล กล่าวคือ Business Model Canvas ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือของกิจกรรมการเรียนรู้ การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของ Kolb ทำหน้าที่เป็นกระบวนการที่อธิบายว่าการใช้เครื่องมือดังกล่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างไร ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองตามแนวคิดของ Bandura ทำหน้าที่เป็นผลลัพธ์เชิงจิตวิทยาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการนั้น และแนวคิดการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาทำหน้าที่เป็นบริบทเชิงนโยบายและการศึกษาที่ทำให้ทั้งสามส่วนมีความสำคัญในเชิงปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม วรรณกรรมที่ทบทวนข้างต้นสะท้อนให้เห็นช่องว่างร่วมกันประการหนึ่ง คือ องค์ความรู้ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในบริบทผู้เรียนสายบริหารธุรกิจหรือกลุ่มที่มีพื้นฐานธุรกิจมาก่อน กรอบแนวคิดทั้งสี่ส่วนจึงถูกนำมาบูรณาการเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ เพื่อตรวจสอบว่ากลไกดังกล่าวจะยังคงเกิดผลในลักษณะเดียวกันหรือไม่ เมื่อนำไปใช้กับนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่ผ่านการศึกษาพื้นฐานด้านธุรกิจมาก่อน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยตัวแปรต้น คือ ประสบการณ์หารายได้ของนักศึกษา ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์ดังกล่าว สำหรับตัวแปรตาม คือ ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการด้วย Business Model Canvas ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจต่อธุรกิจ หมายถึงความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบและโครงสร้างของธุรกิจ 2) ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ หมายถึงความสามารถในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลและแนวคิดทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ และ 3) ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสะท้อนถึงทัศนคติและความเชื่อมั่นของผู้เรียนต่อศักยภาพของตนเองในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจในอนาคต โดยกรอบแนวคิดนี้มีสมมติฐานว่า ประสบการณ์หารายได้ของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในทั้งสามด้านแตกต่างกัน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบก่อนการทดลอง (Pre-experimental Design) แบบกลุ่มเดียววัดผลหลังการจัดการเรียนรู้ (One-Group Posttest-Only Design) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการภายหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้เครื่องมือ Business Model Canvas และเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ระหว่างนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ โดยผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านเครื่องมือ Business Model Canvas และประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ภายหลังสิ้นสุดกิจกรรม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประสบการณ์หารายได้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีประสบการณ์หารายได้และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจต่อธุรกิจ 2) ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ และ 3) ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีนอกสายบริหารธุรกิจในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 78 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีนอกสายบริหารธุรกิจ จำนวน 28 คน ซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการโดยใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักศึกษาที่สมัครใจเข้าร่วมและให้ข้อมูลในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างมาจากหลายสาขาวิชาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ รัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ การออกแบบ รวมถึงสาขาภาษาอังกฤษธุรกิจและภาษาจีนธุรกิจ โดยจำแนกเป็นกลุ่มนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ เนื่องจากไม่ได้ศึกษาในหลักสูตรด้านการจัดการหรือการบัญชีโดยตรง

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัย โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมและตอบแบบสอบถามตามความสมัครใจ (Voluntary Participation) และสามารถปฏิเสธการให้ข้อมูลได้ จากนักศึกษากลุ่มเป้าหมายจำนวน 78 คน มีผู้สมัครใจเข้าร่วมและให้ข้อมูลที่สมบูรณ์จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวถูกนำมาใช้เพื่อสำรวจผลลัพธ์การเรียนรู้และเปรียบเทียบเบื้องต้นระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัย

พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ และการใช้เครื่องมือ Business Model Canvas ในการจัดการเรียนรู้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชา ชั้นปี และประสบการณ์หารายได้ของผู้เรียน และตอนที่ 2 แบบประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถามที่สะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ 3 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจต่อธุรกิจ ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ และความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ดังนี้

1 หมายถึง น้อยที่สุด
2 หมายถึง น้อย
3 หมายถึง ปานกลาง
4 หมายถึง มาก
5 หมายถึง มากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย 2 ประการ ได้แก่ 1) ความตรงเชิงเนื้อหา โดยแบบสอบถามได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านผู้ประกอบการและการจัดการเรียนการสอน เพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item–Objective Congruence: IOC) ผลการประเมินพบว่าค่า IOC ของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และ 2) ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มนักศึกษาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการและการใช้เครื่องมือ Business Model Canvas 2) พัฒนาเครื่องมือวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม 3) ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการโดยใช้เครื่องมือ Business Model Canvas ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า คุณค่าที่เสนอ ช่องทางการจัดจำหน่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า โครงสร้างต้นทุน และแหล่งรายได้ 4) ภายหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ และ 5) รวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและระดับผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (Independent Samples t-test) เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และรายงานขนาดอิทธิพล (Cohen's d) ประกอบการตีความผลการเปรียบเทียบ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน พบว่า สาขาที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ สาขารัฐศาสตร์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 17.9) รองลงมาคือ สาขานิติศาสตร์ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 14.3) และ สาขาออกแบบ และสาขาอังกฤษธุรกิจ สาขาละ 3 คน (ร้อยละ 10.7) ขณะที่สาขานาฏศิลป์ บรรณารักษ์ ภาษาจีนธุรกิจ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และภูมิศาสตร์ มีสาขาละ 2 คน (ร้อยละ 7.1) และสาขาพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 3.6) โดยในด้าน ชั้นปีที่ศึกษา พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในชั้นปีที่ 1 จำนวน 13 คน (ร้อยละ 46.4) รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 12 คน (ร้อยละ 42.9) และ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 3 คน (ร้อยละ 10.7) สำหรับ ประสบการณ์หารายได้หารายได้ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ เคยมีประสบการณ์หารายได้ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 64.3) ขณะที่ 10 คน (ร้อยละ 35.7) ไม่เคยมีประสบการณ์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน

n = 28

ตัวแปร	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หลักสูตรที่ศึกษา	สาขานาฏศิลป์	2	7.1
	สาขานิติศาสตร์	4	14.3
	สาขาบรรณารักษ์	2	7.1
	สาขาพัฒนาชุมชน	1	3.6
	สาขาภาษาจีนธุรกิจ	2	7.1
	สาขาภาษาอังกฤษ	2	7.1
	สาขาภาษาไทย	2	7.1
	สาขาภูมิศาสตร์	2	7.1
	สาขารัฐศาสตร์	5	17.9
	สาขาออกแบบ	3	10.7
	สาขาอังกฤษธุรกิจ	3	10.7
ชั้นปีที่ศึกษา	ชั้นปีที่ 1	13	46.4
	ชั้นปีที่ 2	12	42.9
	ชั้นปีที่ 3	3	10.7
ประสบการณ์หารายได้หารายได้	เคย	18	64.3
	ไม่เคย	10	35.7

ผลการวิเคราะห์ระดับผลลัพธ์การเรียนรู้รายข้อ

ผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาจากการใช้ Business Model Canvas อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านความเข้าใจต่อธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 0.93) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มุมมองการคิดเชิงธุรกิจกว้างขึ้น ($\overline{X}$ = 4.29, SD = 0.85) รองลงมา คือ Business Model Canvas ช่วยให้เห็นภาพธุรกิจอย่างเป็นระบบ ($\overline{X}$ = 4.11, SD = 0.92) และ เข้าใจความหมายของคุณค่าที่ส่งมอบ ($\overline{X}$ = 4.04, SD = 0.96) ขณะที่ เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า คุณค่า และรายได้ ($\overline{X}$ = 4.00, SD = 0.98) และ สามารถอธิบายความสำคัญของการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$ = 3.93, SD = 0.94) 2) ด้านทักษะการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, SD = 1.06) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เพิ่มทักษะการทำงานเป็นทีม ($\overline{X}$ = 4.21, SD = 1.03) รองลงมา คือ สามารถนำทักษะที่ได้ไปใช้กับการเรียนหรือโครงการอื่น ($\overline{X}$ = 4.18, SD = 1.02) และ สามารถปรับปรุงแนวคิดธุรกิจได้ดีขึ้น ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 1.09) ขณะที่ สามารถตั้งคำถามเชิงเหตุผลได้ดีขึ้น ($\overline{X}$ = 4.00, SD = 1.05) และ สามารถประยุกต์ใช้ Business Model Canvas ในการวางแผนธุรกิจได้ ($\overline{X}$ = 3.96, SD = 1.10) 3) ด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, SD = 0.98) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ Business Model Canvas ช่วยให้สามารถตรวจสอบแนวคิดธุรกิจอย่างมีเหตุผล ($\overline{X}$ = 4.18, SD = 0.98) รองลงมาคือ เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\overline{X}$ = 4.14, SD = 1.04) และ เหมาะสมกับการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ($\overline{X}$ = 4.11, SD = 0.92) ขณะที่ ทำให้มีความมั่นใจในการทำธุรกิจมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 0.90) และ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่เข้าใจง่ายสำหรับนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ (= 3.82, SD = 1.06) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อ แยกตามมิติ (n = 28)

n = 28

รายการประเมิน	$\overline{X}$	SD	ระดับ
ความเข้าใจต่อธุรกิจ			
เข้าใจความหมายของคุณค่าที่ส่งมอบ	4.04	0.96	มาก
เข้าใจความสัมพันธ์ลูกค้า คุณค่า รายได้	4.00	0.98	มาก
อธิบายความสำคัญของการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า	3.93	0.94	มาก
BMC ช่วยให้เห็นธุรกิจอย่างเป็นระบบ	4.11	0.92	มาก
มุมมองการคิดเชิงธุรกิจกว้างขึ้น	4.29	0.85	มาก
ค่าเฉลี่ยความเข้าใจต่อธุรกิจ	4.07	0.93	มาก
ทักษะการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้			
เพิ่มทักษะการทำงานเป็นทีม	4.21	1.03	มาก
ตั้งคำถามเชิงเหตุผลได้ดีขึ้น	4.00	1.05	มาก
ประยุกต์ BMC เพื่อวางแผนธุรกิจได้	3.96	1.10	มาก
ปรับปรุงแนวคิดธุรกิจได้ดีขึ้น	4.07	1.09	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

n = 28

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
นำทักษะไปใช้กับการเรียนหรือโครงการอื่น	4.18	1.02	มาก
ค่าเฉลี่ยทักษะการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้	4.08	1.06	มาก
ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ			
BMC เข้าใจง่ายสำหรับนักศึกษานอกสายบริหาร	3.82	1.06	มาก
เหมาะกับการเรียนรู้แบบลงมือทำ	4.11	0.92	มาก
ช่วยตรวจสอบความคิดอย่างมีเหตุผล	4.18	0.98	มาก
มั่นใจมากขึ้นในการทำธุรกิจ	4.07	0.90	มาก
เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการเป็นผู้ประกอบการ	4.14	1.04	มาก
ค่าเฉลี่ยความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.06	0.98	มาก
ค่าเฉลี่ยทุกด้าน	4.07	0.99	มาก

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามประสบการณ์หารายได้

ผลการเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ โดยใช้การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (Independent Samples t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และพิจารณาขนาดอิทธิพลด้วย Cohen's d พบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยผลลัพธ์การเรียนรู้สูงกว่านักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้ทั้ง 3 ด้าน อย่างไรก็ตาม ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ($p > .05$)

ด้านความเข้าใจต่อธุรกิจ นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ขณะที่นักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยมีค่า t เท่ากับ 0.93 และค่า p เท่ากับ .368 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ .05 จึงไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างสองกลุ่ม เมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพล พบว่า Cohen's d เท่ากับ 0.37 ซึ่งอยู่ในระดับเล็ก สะท้อนว่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มในด้านความเข้าใจต่อธุรกิจมีขนาดค่อนข้างน้อย

ด้านทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ขณะที่นักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยมีค่า t เท่ากับ 1.56 และค่า p เท่ากับ .144 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างสองกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ค่า Cohen's d เท่ากับ 0.62 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าด้านทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่มมากกว่าผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านอื่น แม้ผลการทดสอบทางสถิติจะยังไม่เพียงพอที่จะยืนยันความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ขณะที่นักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีค่า t เท่ากับ 0.62 และค่า p เท่ากับ .550 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างสองกลุ่ม และเมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพล พบว่า Cohen's d เท่ากับ 0.24 ซึ่งอยู่ในระดับเล็ก แสดงว่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการระหว่างสองกลุ่มมีขนาดค่อนข้างน้อย

โดยสรุป นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่านักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์หารายได้ในทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจต่อธุรกิจ ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ และความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน เมื่อพิจารณาร่วมกับขนาดอิทธิพล พบว่าด้านทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้มีขนาดความแตกต่างในระดับปานกลาง (Cohen's d = 0.62) ขณะที่ด้านความเข้าใจต่อธุรกิจ (Cohen's d = 0.37) และความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Cohen's d = 0.24) มีขนาดความแตกต่างในระดับเล็ก ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นแนวโน้มว่ากลุ่มนักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้มีค่าเฉลี่ยผลลัพธ์การเรียนรู้สูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ โดยเฉพาะด้านทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ อย่างไรก็ตามด้วยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างจำกัด ผลดังกล่าวควรตีความด้วยความระมัดระวัง และยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าประสบการณ์หารายได้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างของผลลัพธ์การเรียนรู้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษาที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้ (n = 28)

ตัวแปร	มีประสบการณ์หารายได้ (n = 18)	ไม่มีประสบการณ์หารายได้ (n = 10)	t	p	Cohen's d	ผลการทดสอบ
ความเข้าใจต่อธุรกิจ	4.18	3.88	0.93	.368	0.37	ไม่แตกต่าง
ทักษะเชิงวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้	4.29	3.72	1.56	.144	0.62	ไม่แตกต่าง
ความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.15	3.92	0.62	.550	0.24	ไม่แตกต่าง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผล

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการจากการใช้ Business Model Canva

1.1 ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas (BMC) สามารถส่งเสริมผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ในระดับมาก โดยเฉพาะในมิติของความเข้าใจต่อโครงสร้างธุรกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า BMC สามารถทำหน้าที่เป็นกรอบแนวคิด (conceptual framework) ที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ทั้งในมิติของลูกค้า คุณค่าที่ส่งมอบ ช่องทางการดำเนินธุรกิจ และรูปแบบการสร้างรายได้ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Osterwalder และ Pigneur (2010) ที่เสนอว่า Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นโครงสร้างของโมเดลธุรกิจในลักษณะภาพรวม (visual framework) และช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ของธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Cantamessa และ Montagna (2016) ที่อธิบายว่า Business Model Canvas เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจและนวัตกรรม โดยช่วยให้ผู้เรียนสามารถออกแบบและปรับปรุงโมเดลธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังสอดคล้องกับแนวทางของ International Institute for Trade and Development (2020) ที่ระบุว่า Business Model Canvas

เป็นเครื่องมือที่ช่วยอธิบายองค์ประกอบของธุรกิจหรือโครงการอย่างเป็นระบบ และช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ด้านทักษะการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ นักศึกษามีผลลัพธ์การเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, SD = 1.06) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเพิ่มทักษะการทำงานเป็นทีม ($\overline{X}$ = 4.21, SD = 1.03) รองลงมาคือ การนำทักษะที่ได้ไปใช้กับการเรียนหรือโครงการอื่น ($\overline{X}$ = 4.18, SD = 1.02) และการปรับปรุงแนวคิดธุรกิจได้ดีขึ้น ($\overline{X}$ = 4.07, SD = 1.09) ขณะที่รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การประยุกต์ใช้ BMC ในการวางแผนธุรกิจ ($\overline{X}$ = 3.96, SD = 1.10) ผลดังกล่าวสะท้อนว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ Business Model Canvas เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกคิด วิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการ (entrepreneurship learning) ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ (experiential learning) และการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยเฉพาะรายการทักษะการทำงานเป็นทีมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ กระบวนการดังกล่าวมีส่วนเอื้อต่อการฝึกวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจ และการพัฒนาแนวคิดธุรกิจใหม่อย่างเป็นระบบ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ Kolb (2015) ที่อธิบายว่าการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้จากประสบการณ์ตรงผ่านการสะท้อนคิด การวิเคราะห์ และการนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง นอกจากนี้ แนวทางการเรียนรู้ดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Rocha, do Paço และ Alves (2024) ที่เสนอว่าการจัดการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และความสามารถในการสร้างแนวคิดธุรกิจใหม่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Newman et al. (2019) ที่ระบุว่าการเรียนรู้ผ่านกระบวนการลงมือปฏิบัติสามารถช่วยพัฒนาความสามารถในการคิดเชิงผู้ประกอบการและการประยุกต์ใช้ความรู้สู่การสร้างแนวคิดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในมิตินี้คือ การประยุกต์ใช้ BMC ในการวางแผนธุรกิจจริง ซึ่งอาจสะท้อนว่านักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจยังมีข้อจำกัดในการนำเครื่องมือไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนธุรกิจจริง เมื่อเทียบกับการทำความเข้าใจแนวคิดและการทำงานร่วมกับผู้อื่น

1.3 ผลการวิจัยพบว่า ด้านความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษามีผลลัพธ์การเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, SD = 0.98) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ Business Model Canvas ช่วยให้สามารถตรวจสอบแนวคิดธุรกิจอย่างมีเหตุผล ($\overline{X}$ = 4.18, SD = 0.98) รองลงมาคือ เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการเป็นผู้ประกอบการ ($\overline{X}$ = 4.14, SD = 1.04) และเหมาะสมกับการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ ($\overline{X}$ = 4.11, SD = 0.92) ขณะที่รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่เข้าใจง่ายสำหรับนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ ($\overline{X}$ = 3.82, SD = 1.06) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การใช้ Business Model Canvas ช่วยเพิ่มความมั่นใจของผู้เรียนในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจของตนเอง เนื่องจากผู้เรียนสามารถจัดโครงสร้างความคิดเกี่ยวกับธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ และสามารถมองเห็นความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจของตนเองได้ชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการตรวจสอบแนวคิดธุรกิจอย่างมีเหตุผล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในมิตินี้ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจและพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1997) ที่อธิบายว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (self-efficacy) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติ และความพยายามในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะในบริบทของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Newman et al. (2019) ที่พบว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองด้านผู้ประกอบการ (entrepreneurial self-efficacy) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดธุรกิจและพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยการเรียนรู้ผ่านกระบวนการลงมือปฏิบัติและการพัฒนาแนวคิดธุรกิจอย่างเป็นระบบสามารถช่วย

เสริมสร้างความมั่นใจและความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Rocha, do Paço และ Alves (2024) ที่เสนอว่าการจัดการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะและความเชื่อมั่นของผู้เรียนผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการพัฒนาแนวคิดธุรกิจจริง ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและพัฒนาความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในมิตินี้คือความเข้าใจง่ายของเครื่องมือ BMC สำหรับนักศึกษานอกสายบริหารธุรกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้ BMC จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในภาพรวมได้ แต่สำหรับผู้เรียนที่ไม่มีพื้นฐานด้านธุรกิจมาก่อน ตัวเครื่องมือเองยังอาจมีความซับซ้อนในระดับหนึ่งที่ควรได้รับการออกแบบกิจกรรมสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้เรียนกลุ่มนี้เข้าถึงเครื่องมือได้ง่ายขึ้น

2. ผลการเปรียบเทียบผลลัพธ์การเรียนรู้ระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์หารายได้

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้หารายได้มาก่อนและนักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์ดังกล่าวมีผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกมิติที่ศึกษา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการฝึกใช้เครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) ในกิจกรรมการเรียนรู้ครั้งนี้ เน้นไปที่กระบวนการคิด (Mindset) และการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) มากกว่าทักษะเฉพาะทางด้านบริหารธุรกิจ เช่น บัญชีหรือการตลาด อีกทั้งนักศึกษาที่มีประสบการณ์หารายได้ส่วนใหญ่เป็นประสบการณ์ในระดับพนักงาน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเฉพาะด้าน และไม่ได้มีโอกาสเรียนรู้ภาพรวมของธุรกิจอย่างครบถ้วน จึงทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาแนวคิดด้านผู้ประกอบการได้แม้จะมีประสบการณ์แตกต่างกัน โดยผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Osterwalder และ Pigneur (2010) ที่ระบุว่า Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจและเข้าใจความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดด้านประสบการณ์ของผู้เรียน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Cantamessa และ Montagna (2016) ที่อธิบายว่า Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงวิเคราะห์และการพัฒนาแนวคิดธุรกิจ โดยผู้เรียนสามารถพัฒนาโมเดลธุรกิจได้แม้ไม่มีประสบการณ์ทางธุรกิจมาก่อน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของ Kolb (2015) ที่เสนอว่า การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติช่วยให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ใหม่จากประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ผู้เรียนที่มีพื้นฐานหรือประสบการณ์แตกต่างกันสามารถพัฒนาทักษะได้ในระดับใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ Rocha, do Paço และ Alves (2024) ยังเสนอว่าการจัดการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการในระดับอุดมศึกษาควรมุ่งเน้นกิจกรรมเชิงปฏิบัติและการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความเข้าใจด้านธุรกิจและแนวคิดผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของผู้เรียนข้อจำกัดของการวิจัยที่ควรพิจารณา คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนค่อนข้างจำกัด ซึ่งอาจส่งผลต่ออำนาจในการทดสอบทางสถิติ และทำให้ไม่สามารถตรวจพบความแตกต่างที่มีขนาดเล็กระหว่างกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง หรือขยายการศึกษาไปยังสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง เพื่อให้สามารถตรวจสอบอิทธิพลของประสบการณ์หารายได้ต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นการศึกษานำร่อง (Pilot Study) และให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลตามหลักความสมัครใจของผู้เข้าร่วมเป็นสำคัญ ผลการศึกษาในครั้งนี้จึงทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพัฒนางานวิจัยเชิงทดลองที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคต

REFERENCES

Afxentiou, G., & Bezzaz, Y. (2025). Exploring the mental health of veterans and its impact on entrepreneurial outcomes: A conceptual framework for future research. **Journal of Aggression, Conflict and Peace Research, 17**(3), 242–254. https://doi.org/10.1108/JACPR-03-2025-0986

Al-Mamary, Y. H., & Alshammari, A. F. (2025). **A conceptual model and its implications: Identifying key factors influencing entrepreneurial activity and innovation capabilities for sustainable development and green innovation.** World Development Sustainability, 7, 100259. https://doi.org/10.1016/j.wds.2025.100259

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). **EntreComp: The entrepreneurship competence framework**. Luxembourg: Publication Office of the European Union. https://doi.org/10.2791/593884

Bandura, A. (1997). **Self-efficacy: The exercise of control.** W.H. Freeman and Company.

Cantamessa, M., & Montagna, F. (2016). **Business model innovation**. In M. Cantamessa & F. Montagna (Eds.), Management of innovation and product development (pp. 157–178). Springer.

Kolb, D. A. (2015). **Experiential learning: Experience as the source of learning and development** (2nd ed.). Pearson Education.

International Institute for Trade and Development (Public Organization). (2020). **Business Model Canvas (BMC): Explaining the components of a business or project.** https://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2020/01/itdevent03022020-04.pdf

Lackéus, M. (2015). **Entrepreneurship in education: What, why, when, how.** OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers, No. 2015/06. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/cccac96a-en

Meehan, C., VonColln-Appling, C., Dasilva, M., Yocom, D., Stoltzfus, L. E., & Barker, N. (2026). **The impact of experiential learning on clinical judgment in prelicensure nursing students.** Teaching and Learning in Nursing. Advance online publication. https://doi.org/10.1016/j.teln.2026.01.026

Newman, A., et al. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes. **Journal of Vocational Behavior**, 110, 403-419. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012

Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council. (2026). **The Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, through NXPO, showcases achievements in driving higher education, science, research and innovation policies, integrating budgets, developing human capital, and laying the foundation for enhancing the country's innovation economy.** https://www.nxpo.or.th/th/43212/

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). **Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.** John Wiley & Sons. https://www.strategyzer.com/books/business-model-generation

Pratana Govittayangkull (2015). Developing 21st-century learning assessment skills among early childhood teachers in Lampang Province. **Journal of Social Innovation and Lifelong Learning, 9**(2–4). https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/39034

Pattrawiwat, K., Jansem, A., Intarakamhang, U., Boocha, P., Azharuddin, S., Daovisan, H., & Tuntivivat, S. (2025). The causal relationship model of intention and social entrepreneurial orientation behavior of students in Thailand. **Social Enterprise Journal, 22**(1), 171–187. https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2024-0197

Rocha, R. G., do Paço, A., & Alves, H. (2024). Entrepreneurship education for non-business students: A social learning perspective. **The International Journal of Management Education, 22**(2), 100974. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100974