บทความวิจัย

# การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการแห่งอนาคต

# DEVELOPING INNOVATIVE LEARNING MODEL FOR CREATING NEW-GENERATION FUTURE INNOVATORS AND ENTREPRENEURS

**อรรถพล คงรักษา**[1*], **สิทธิพัทธ์ เลิศศรีชัยนนท์**[1]

Atthaphon Khongraksa[1*], Sittiphat Lerdsrichainon[1]

*Corresponding Author E-mail: atthaphonkho@pim.ac.th

Received June 8, 2026; Revised August 4, 2026; Accepted August 7, 2026

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ออกแบบและพัฒนาโมเดลการเรียนรู้ที่ช่วยเสริมสร้างทักษะ สมรรถนะด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการ และ 2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของโมเดลในการพัฒนานักศึกษาสู่การเป็นนวัตกรและผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองต่อข้อกังวลของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ที่มีต่อระบบการศึกษาที่ขาดความยืดหยุ่นและการปฏิบัติจริง งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงทดลอง ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 50 คน ที่ไม่เคยผ่านการอบรมสตาร์ทอัพมาก่อน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง โมเดลนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นคือ “InnoBiz Model” ซึ่งบูรณาการแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ Design Thinking แนวคิดธุรกิจแบบลีน Lean Canvas และแบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas ขับเคลื่อนผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) 4 ขั้นตอน ได้แก่ INSIGHT, NOVELIZE, NURTURE และ OPPORTUNITY เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน (Pre-test/Post-test) แบบสัมภาษณ์และแนวทางคำถามการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Dependent Sample t-test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีทักษะนวัตกรรมและผู้ประกอบการหลังเรียน (คะแนนเฉลี่ย 111.24) สูงกว่าก่อนเรียน (คะแนนเฉลี่ย 69.14) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by Doing) สามารถ

[1] คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

[1] Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

สร้างต้นแบบ (Prototype) นำเสนอแผนธุรกิจ (Pitching) และประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม “InnoBiz Model” มีประสิทธิภาพในการเป็นระบบนิเวศแห่งการสร้างนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ยกระดับการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการยุคใหม่ได้อย่างยั่งยืน
**คำสำคัญ:** โมเดลการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม; นวัตกร; ผู้ประกอบการ

## Abstract

This research work aimed: 1. To design and develop a learning model that enhances innovative and entrepreneurial skills and 2. To compare the model's effectiveness in developing students into innovators and entrepreneurs. This initiative was designed to address Generation Z's concerns regarding the lack of flexibility and practical application in the education system. The study employed an experimental research design. The sample, selected through purposive sampling, consisted of 50 first-year students from the Faculty of Business Administration at Panyapiwat Institute of Management, who had no prior startup training experience. The developed innovation model, named the "InnoBiz Model," integrated Design Thinking, Lean Canvas, and the Business Model Canvas. It was driven by an Active Learning approach encompassing four stages: INSIGHT, NOVELIZE, NURTURE, and OPPORTUNITY. The research instruments included a 5-level rating scale questionnaire, pre-test and post-test assessments, interview forms, and focus group discussion guidelines. Data were analyzed using mean, standard deviation, Dependent Sample t-test, and content analysis.

Quantitative results revealed that students' post-learning innovative and entrepreneurial skills (mean score = 111.24) were significantly higher than their pre-learning scores (mean score = 69.14) at the 0.05 level of statistical significance. Qualitative results indicated that students successfully engaged in hands-on learning (Learning by Doing), enabling them to concretely build prototypes, deliver business pitches, and practically apply business models. Ultimately, the "InnoBiz Model" demonstrated its efficiency as an innovation ecosystem that can be implemented to elevate higher education in sustainably cultivating new-generation innovators and entrepreneurs.

**Keywords:** Innovative Learning Model; Innovator; Entrepreneur

## บทนำ

นักศึกษาปัจจุบันส่วนใหญ่ทั่วโลกอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชัน Z หรือที่เรียกกันว่า "กลุ่มซูมเมอร์" เนื่องจากเป็นชาวดิจิทัลที่เกิดระหว่างกลางทศวรรษ 1990 ถึงต้นทศวรรษ 2010 นักศึกษาเจเนอเรชัน Z จึงมีความคาดหวังสูงต่อความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคของสถาบันและความต้องการเฉพาะด้านสำหรับประสบการณ์ในวิทยาลัยของพวกเขา เมื่อความคาดหวังของนักศึกษาเปลี่ยนไป อัตราการลงทะเบียนเรียนก็เปลี่ยนไปเช่นกัน แม้กระทั่งก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 จำนวนนักศึกษาก็ลดลง โดยลดลงเกือบ 2 ล้านคนตั้งแต่ปี 2011 ในปี 2020 จำนวนการลงทะเบียนเรียนลดลง 3.5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือเป็นอัตราที่สูงกว่าปีก่อนหน้าถึง 7 เท่า ตามข้อมูลของ National Student Clearinghouse Research Center เพราะฉะนั้นมหาวิทยาลัยต้องปรับตัวตามความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มนักศึกษา (ECMC Group, 2022; Wheaton, 2022) ในรายงาน “Question the Quo” ECMC Group ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มุ่งเน้นความสำเร็จของนักศึกษา พบว่า 70% ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต้องการที่จะเดินตามเส้นทางการศึกษาของตนเอง น้อยกว่าหนึ่งในสี่คนที่บอกว่าการเรียนมหาวิทยาลัย 4ปี เป็นหนทางเดียวที่จะได้งานที่ดี การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่านักเรียนในปัจจุบันมีความอดทนและความมุ่งมั่นในการสร้างเส้นทางการศึกษาของตนเอง นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความจำเป็นของการฝึกอบรมที่เน้นทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต (เจเรมี วีตัน ประธานและ CEO ECMC Group)

จากผลการสำรวจของ Deloitte Gen Z & Millennial Survey (Deloitte, 2025) ในประเทศไทยเจาะเทรนด์คนทำงานรุ่นใหม่ เปิดเผยว่า วัยรุ่นยุคใหม่ไทยบางส่วน แบ่งเป็น Gen Z ถึง 16% และ Gen Y 17% มีเหตุผลชัดเจนที่ทำให้พวกเขาไม่เรียนต่อระดับอุดมศึกษาด้วยกังวลถึงคุณภาพการเรียน และค่าใช้จ่ายในระบบการศึกษาในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามถือว่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก (31% สำหรับ Gen Z และ 32% สำหรับ Gen Y) สำหรับกลุ่มที่เลือกไม่เรียนต่อในประเทศไทยนั้น มีเหตุผลหลักๆ ที่น่าทำความเข้าใจ ซึ่งสะท้อนถึงบริบททางสังคมและเศรษฐกิจในประเทศไทย แม้แต่กลุ่มคนที่พิจารณาเรียนต่อก็ยังมีความกังวลต่อระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือบัณฑิตศึกษา ในประเทศไทย จากผลสำรวจชี้ว่า ข้อกังวลต่าง ๆ ของคนรุ่นใหม่มีอยู่ 5 ข้อ ได้แก่

1. คุณภาพการศึกษา: เป็นข้อกังวลลำดับต้นๆ ทั้งใน Gen Z (48%) และ Gen Y (50%) เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแสดงความกังวลในประเด็นนี้

2. ค่าเล่าเรียนแพง: เป็นความกังวลใหญ่ไม่แพ้กัน สำหรับ Gen Z 44% และ Gen Y 43% ย้ำให้เห็นถึงปัญหาด้านการเงินที่เป็นอุปสรรค

3. โอกาสฝึกประสบการณ์จริงมีน้อย: Gen Z (31%) และ Gen Y (24%) มองว่านี่เป็นข้อจำกัดของหลักสูตรปัจจุบัน

4. เนื้อหาหลักสูตรไม่สอดคล้องกับตลาดงาน: เป็นข้อกังวลสำหรับ Gen Z 22% และ Gen Y 26% ทำให้การเรียนต่ออาจไม่ตอบโจทย์การเติบโตทางอาชีพโดยตรงเท่าที่ควร

5. ระบบการเรียนไม่มีความยืดหยุ่น: ทั้ง Gen Z (19%) และ Gen Y (17%) มองว่าเป็นประเด็นที่ต้องปรับปรุง ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลในการไม่อยากเรียนต่อของคนรุ่นใหม่ไทยบางส่วนที่ต้องการความยืดหยุ่น หรือต้องการเรียนคอร์สสอนทักษะที่ตนเองต้องการจริงๆ

ซึ่งจากผลการสำรวจดังกล่าว ยังสอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน การศึกษาระดับอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย กำลังเผชิญกับ “จุดเปลี่ยนสำคัญ” อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม และทัศนคติของผู้เรียนในกลุ่มเจเนอเรชัน Z อย่างมีนัยสำคัญ ผู้เรียนยุคนี้มิได้คาดหวังเพียงการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงทฤษฎีจากห้องเรียน ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเรียนรู้ ความยืดหยุ่นของหลักสูตร และประสบการณ์การเรียนรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยเฉพาะการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ ที่เชื่อมโยงกับการประกอบอาชีพในอนาคต โดยตรงแนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้เรียนจำนวนมากต้องการเส้นทางการเรียนรู้ที่นำไปสู่การสร้างอาชีพของตนเอง การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และการเป็นนักนวัตกร (Innovator) ซึ่งสามารถพัฒนาแนวคิดใหม่ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ตลอดจนรูปแบบธุรกิจใหม่ (New Business Model) ได้อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการคือ แนวคิด Design Thinking, Lean Canvas และ Business Model Canvas ที่เป็นพื้นฐานในการสร้างนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจใหม่ จากความคาดหวังนี้บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาจึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการเป็น “ผู้ถ่ายทอดความรู้” แต่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็น “พื้นที่สร้างโอกาสและประสบการณ์จริง” ที่ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการสร้างนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม ระบบการศึกษาปัจจุบันยังคงเผชิญข้อจำกัดหลายประการ เช่น เนื้อหาหลักสูตรที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน การขาดโอกาสในการฝึกประสบการณ์จริงและการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการแห่งอนาคตจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้เรียนได้มีทักษะนวัตกรและผู้ประกอบการ ที่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาโมเดลการเรียนรู้ ที่ช่วยเสริมสร้างทักษะ สมรรถนะด้านนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการ

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิภาพของโมเดลในการพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะนวัตกรและผู้ประกอบการ

## วิธีดำเนินการวิจัย

**1. รูปแบบของการวิจัย**

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบเชิงทดลอง พื้นที่วิจัย คือ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (แจ้งวัฒนะ) ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ ปีการศึกษา 2568 จำนวน 890 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, 2568) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เชิงทดลอง จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1) เป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (กิจกรรมคาบเรียนนวัตกรรมสร้างสรรค์)

2) สามารถเข้าร่วมกิจกรรมครบทุกกิจกรรมตามแผนการจัดการเรียนรู้

3) ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร Startup หรือ Design Thinking มาก่อน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 4 ชนิด ได้แก่

2.1 แบบสอบถาม เป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) สร้างขึ้นตามแนวคิด Design Thinking (Brown, 2008) Lean Canvas (Maurya, 2012) Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) องค์ประกอบแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) ทักษะด้านนวัตกรรม

3) ทักษะด้านผู้ประกอบการ

4) ความคิดเห็นต่อโมเดลการเรียนรู้ ใช้ศึกษาระดับทักษะนวัตกรรมและผู้ประกอบการก่อน–หลังการทดลอง และความพึงพอใจต่อโมเดลการเรียนรู้

2.2 แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน (Pre-test/Post-test) ที่ใช้วัดระดับ ความรู้

และความเข้าใจ ด้านนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม แบบทดสอบถูกออกแบบให้สอดคล้องกับเนื้อหาใน 4 ขั้นตอนของ “InnoBiz Model” (INSIGHT, NOVELIZE, NURTURE, OPPORTUNITY) โดยพิจารณาความสอดคล้องของคะแนนที่ได้จะถูกนำมาทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Dependent Sample t-test (ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ระบุว่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน 111.24 สูงกว่าก่อนเรียน 69.14 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) คำถามจะมุ่งเน้นไปที่การสะท้อนความคิดเห็น (Reflection) ว่า “InnoBiz Model” สามารถตอบโจทย์ความกังวลเรื่องระบบการศึกษาในปัจจุบัน ได้มากน้อยเพียงใด รวมถึงเจาะลึกว่ากระบวนการ Active Learning ช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้ เพื่อการเป็นนวัตกรและผู้ประกอบการในอนาคตให้กับผู้เรียน

2.4 แบบแนวทางการถามการสนทนากลุ่ม ใช้ประเด็นสนทนาที่สร้างจากกรอบแนวคิดการพัฒนานวัตกรและผู้ประกอบการ โดยเน้น

1) การเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (Learning by Doing)

2) การสร้างต้นแบบ (Prototype)

3) การนำเสนอแนวคิดธุรกิจ (Pitching)

4) การประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจ

ผู้เข้าร่วมสนทนาเป็นนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน รวม 8–10 คน รวบรวมข้อมูลโดยจดบันทึกการสนทนา

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทดลองใช้โมเดลการเรียนรู้ในชั้นเรียน ระหว่างเดือน มีนาคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2569 โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ทดสอบก่อนเรียน (Pre-test)

2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามกระบวนการ Design Thinking

3) พัฒนาแนวคิดธุรกิจด้วย Lean Canvas

4) ออกแบบโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas

5) นำเสนอผลงานและสร้างต้นแบบ

6) ทดสอบหลังเรียน (Post-test)

7) สัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

**4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย และลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกระบวนการทดลองใช้ “InnoBiz Model” ซึ่งสามารถแบ่งแนวทางการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงทดลอง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูลทดลอง ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนบันทึกและประมวลเชิงสถิติ โดยกำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) (สมนึก ภัททิยธนี, 2546)

เกณฑ์การพิจารณา

+1 ความหมาย ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ตัวแปร

0 ความหมาย ไม่แน่ใจ / ควรปรับปรุง

-1 ความหมาย ไม่สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน พบว่า แบบสอบถามทุกด้านมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระดับสูง โดยทักษะทางด้านนวัตกรรม (Innovation Skills) และทักษะทางด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Skills) มีค่าเกิน 0.50 แสดงมีความเที่ยงตรงสามารถใช้ได้ เมื่อนำผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มาวิเคราะห์ในบริบทของการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ "InnoBiz Model" ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการออกแบบเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1) ความสอดคล้องกับแนวคิด Design Thinking

เครื่องมือวิจัยในส่วน "ทักษะด้านนวัตกรรม" ได้รับการประเมินว่ามีความสอดคล้องสูง (ค่าเฉลี่ย 0.92) สิ่งนี้ยืนยันว่าการตั้งคำถามเกี่ยวกับการเข้าใจปัญหา การคิดสร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้วัดผลลัพธ์ในขั้นตอน INSIGHT และขั้นตอน NOVELIZE ของ "InnoBiz Model" ได้

2) ความสอดคล้องกับแนวคิด Lean Canvas และ Business Model Canvas

ในส่วน "ทักษะด้านผู้ประกอบการ" ที่มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 0.95 เป็นการยืนยันว่าเครื่องมือวิจัยชุดนี้มีความคมชัดในการวัดผลสัมฤทธิ์ของการนำโมเดลธุรกิจมาปฏิบัติจริง ข้อคำถามด้านการกำหนดคุณค่า และการออกแบบโครงสร้างรายได้-ต้นทุน จะช่วยสะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนในขั้นตอน OPPORTUNITY (การเติบโตและสร้างมูลค่าทางธุรกิจ) ได้อย่างมีนัยสำคัญ

3) การสะท้อนผลของ Active Learning

การที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนนเต็มในหมวด "การแก้ปัญหา" และ "การวิเคราะห์โอกาสธุรกิจ" ชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือนี้ถูกออกแบบมาเพื่อวัดทักษะเชิงปฏิบัติมากกว่าทักษะเชิงทฤษฎี ซึ่งตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการแก้ปัญหาการศึกษาที่ขาดการปฏิบัติจริงของกลุ่มนักศึกษาเจเนอเรชัน Z ได้อย่างตรงจุด

4.2 การวิเคราะห์ระดับทักษะนวัตกรรมและผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นและทักษะของผู้เรียนจากแบบสอบถามมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย (สมนึก ภัททิยธนี, 2546)

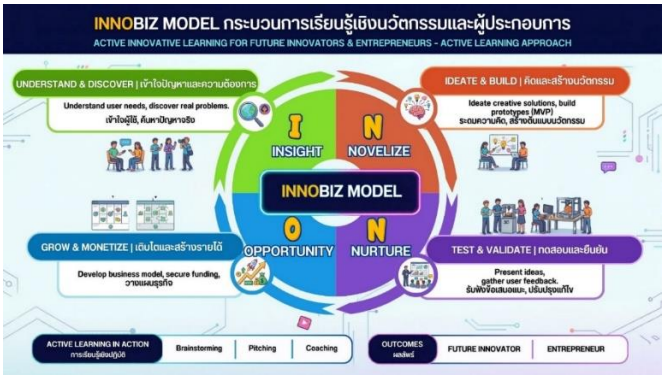
| ค่าเฉลี่ย | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|
| 4.51 – 5.00 | มากที่สุด |
| 3.51 – 4.50 | มาก |
| 2.51 – 3.50 | ปานกลาง |
| 1.51 – 2.50 | น้อย |
| 1.00 – 1.50 | น้อยที่สุด |

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบก่อนและหลังการทดลอง

ผู้วิจัยใช้สถิติ Dependent Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) เป็นการวัดผลกับกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ทั้งก่อนและหลัง ได้รับการทดลอง โดยมีผลลัพธ์การทดลอง ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การทดสอบสมมุติฐานของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่สัมพันธ์กัน (T-Test Dependent) ก่อน และหลังเรียนรูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการผู้ประกอบการแห่งอนาคต

## ผลการวิจัย

1. ออกแบบและพัฒนาโมเดลการเรียนรู้ ที่ช่วยเสริมสร้างทักษะ สมรรถนะด้านนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการ ผู้วิจัย พัฒนาโมเดลการเรียนรู้ ขึ้นบนพื้นฐานของแนวคิดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ (Active Learning) ร่วมกับแนวคิด Design Thinking, Lean Canvas และ Business Model Canvas เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีทั้ง “สมรรถนะด้านนวัตกรรม” และ “สมรรถนะด้านผู้ประกอบการ” ลักษณะสำคัญของโมเดล คือ การสร้าง “วงจรการเรียนรู้เชิงสร้างคุณค่า” ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง วิเคราะห์ปัญหาจริง ทดลองปฏิบัติจริง และพัฒนาธุรกิจต้นแบบ “InnoBiz Model” ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลักซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันแบบวงจรต่อเนื่อง โดยสามารถอธิบายเชิงลึกได้ดังนี้




**ภาพที่ 1** โมเดล InnoBiz Model

1) ขั้นตอน INSIGHT: เข้าใจปัญหาและค้นพบความต้องการมุ่งเน้นการลงพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจมนุษย์และบริบทปัญหาอย่างลึกซึ้ง (Human-Centered Design) เพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย

2) ขั้นตอน NOVELIZE: คิดและสร้างนวัตกรรม นำข้อมูลเชิงลึกมาสร้างสรรค์แนวคิดใหม่และพัฒนาเป็น "นวัตกรรมต้นแบบ" (Prototype) เพื่อเปลี่ยนผู้เรียนจากผู้วิเคราะห์ให้กลายเป็นผู้ออกแบบทางออก

3) ขั้นตอน NURTURE: ทดสอบและยืนยันไอเดียและสมมุติฐานนำต้นแบบไปทดลองใช้จริงและนำข้อเสนอแนะ (Feedback) จากผู้ใช้งานกลับมาปรับปรุงพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

4) ขั้นตอน OPPORTUNITY: เติบโตและสร้างมูลค่าทางธุรกิจต่อยอดนวัตกรรมที่ผ่านการทดสอบแล้วให้กลายเป็น "โมเดลธุรกิจ" ที่สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและขยายผล (Scale) ได้จริง

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิภาพของโมเดลในการพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะ นวัตกรและผู้ประกอบการ การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-Test: Paired Two Sample for Means (Dependent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบคะแนน “ก่อนเรียน (Pre-test)” และ “หลังเรียน (Post-test)” ของผู้เรียนกลุ่มเดียวกัน จำนวน 50 คน ภายหลังการใช้ “InnoBiz Model”

**ตารางที่ 2** ตาราง t-Test: Paired Two Sample for Means

| Data | Post-test (120 คะแนน) | Pre-test (120 คะแนน) |
|---|---|---|
| Mean | 111.24 | 69.14 |
| Variance | 188.2269388 | 216.1636735 |
| Observations | 50 | 50 |
| Pearson Correlation | 0.818434051 | |
| Hypothesized Mean Difference | 0 | |
| df | 49 | |
| t Stat | 34.55599019 | |
| P(T<=t) one-tail | 2.27114E-36 | |
| t Critical one-tail | 1.676550893 | |
| P(T<=t) two-tail | 4.54229E-36 | |
| t Critical two-tail | 2.009575237 | |

**ตารางที่ 3** ตารางผลการวิเคราะห์ t-Test: Paired Two Sample for Means

| คะแนน | N | X-Bar | S.D. | t | df | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pre-test | 50 | 69.14 | 14.70 | 34.56 | 49.00 | 0.00 |
| Post-test | 50 | 111.24 | 13.72 | | | |

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางผลการวิเคราะห์ เป็นการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-Test: Paired Two Sample for Means (Dependent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบคะแนน “ก่อนเรียน (Pre-test)” และ “หลังเรียน (Post-test)” ของผู้เรียนกลุ่มเดียวกัน จำนวน 50 คน ภายหลังการใช้ “InnoBiz Model”

**1) ความหมายของการวิเคราะห์**

การใช้ Dependent Sample t-test มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า “คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่”ซึ่งเหมาะกับงานวิจัยเชิงทดลองที่ใช้กลุ่มตัวอย่างเดียว วัดผล 2 ครั้ง ก่อนทดลอง (Pre-test) หลังทดลอง (Post-test)

**2) การอ่านค่าทางสถิติจากตาราง**

รายการ ค่าเฉลี่ย

Pre-test 69.14

Post-test 111.24

การแปลผล : ภายหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นจาก 69.14 เป็น 111.24 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีพัฒนาการด้านทักษะนวัตกรรมและผู้ประกอบการสูงขึ้นหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ผลต่างของคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ( 111.24−69.14=42.10 )

**3) Variance (ความแปรปรวน)**

รายการ Variance ค่าที่ใช้วัดการกระจายของข้อมูล

Pre-test 216.1638735

Post-test 188.2269388

ก่อนเรียนมีความแปรปรวน = 216.16

หลังเรียนมีความแปรปรวน = 188.23

การแปลผล : หลังเรียนค่าความแปรปรวนลดลง แสดงว่า คะแนนของผู้เรียนมีความใกล้เคียงกันมากขึ้น และมีแนวโน้มพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน สะท้อนว่าโมเดลการเรียนรู้ช่วยยกระดับผู้เรียนได้อย่างค่อนข้างทั่วถึง

**4) Pearson Correlation**

เป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน มีค่าคือ 0.818434051 มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก แสดงว่า

(1) ผู้ที่มีคะแนนก่อนเรียนสูง มีแนวโน้มได้คะแนนหลังเรียนสูง

(2) แบบวัดมีความสอดคล้องในการวัดผล

**5) t Stat (ค่าที่คำนวณได้)**

ค่าที่คำนวนได้คือ 34.55590919 ความหมาย ค่า t ที่ได้สูงมาก แสดงว่า : ความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนมีค่าสูงมากเมื่อเทียบกับความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

สรุปผลผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test แบบ Dependent Sample พบว่า ภายหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตาม InnoBiz Model ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน (=111.24 ) สูงกว่าก่อนเรียน (=69.14 ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า t=34.56 และค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ $4.54\times10^{-36}$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าวสามารถพัฒนาทักษะด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์** ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม เพื่อสะท้อนความคิดเห็น ประสบการณ์ และมุมมองของผู้เรียนและผู้สอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลลัพธ์ของรูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

**1) ด้านการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (Learning by Doing)**

เน้นให้ผู้เรียน "คิดจริง ทำจริง แก้ปัญหาจริง" ช่วยให้เข้าใจปัญหาและผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้งผ่านการลงพื้นที่

**2) ด้านการสร้างต้นแบบนวัตกรรม (Prototype)**

เปลี่ยนแนวคิดให้เป็นรูปธรรม การทดลองสร้างต้นแบบ (MVP) ช่วยให้เข้าใจความต้องการและข้อจำกัดของผู้ใช้เพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

**3) ด้านการนำเสนอแนวคิดธุรกิจ (Pitching)**

ช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสาร ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียบเรียง วิเคราะห์จุดเด่น และนำเสนอคุณค่าของธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและชัดเจน

**4) ด้านการประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจ (Business Model)**

สามารถใช้ Lean Canvas และ Business Model Canvas ในการออกแบบธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ทำให้เห็นภาพรวมทั้งหมดและต่อยอดแนวคิดไปใช้งานได้จริง

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการแห่งอนาคต ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาอภิปรายผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาโมเดลการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการ

งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จในการพัฒนา “InnoBiz Model” ซึ่งเป็นโมเดลการเรียนรู้เชิงบูรณาการที่ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ให้เกิดเป็น "วงจรการเรียนรู้เชิงสร้างคุณค่า" โดยสามารถอภิปรายผลได้ว่า โมเดลนี้สร้าง “สถาปัตยกรรมการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ” ที่ช่วยอุดช่องว่างของการเรียนทฤษฎีแบบแยกส่วนในอดีต ผ่านการเชื่อมโยง 3 ทฤษฎีหลักเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ Design Thinking, Lean Canvas และ Business Model Canvas

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิภาพของโมเดลในการพัฒนานักศึกษา

จากการนำโมเดลไปทดลองใช้ สามารถอภิปรายผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ดังนี้

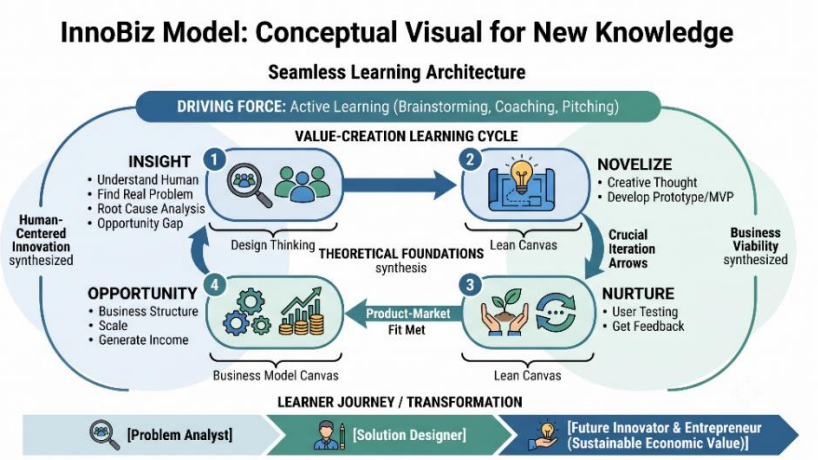
1) ผลสัมฤทธิ์เชิงปริมาณที่สะท้อนการพัฒนาทักษะอย่างเป็นรูปธรรม ผลการทดสอบเชิงปริมาณแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน (111.24) สูงกว่าก่อนเรียน (69.14) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึง 42.10 คะแนน นอกจากนี้ ค่าความแปรปรวน (Variance) ของคะแนนยังลดลงจาก 216.16 เหลือ 188.23 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้แบบ Learning by Doing ผ่าน “InnoBiz Model” ช่วยยกระดับทักษะการวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างค่อนข้างทั่วถึง และสามารถตอบโจทย์ผู้เรียนเจเนอเรชัน Z ที่ต้องการประสบการณ์จริงและความยืดหยุ่นได้

2) ผลสัมฤทธิ์เชิงคุณภาพด้านการปรับเปลี่ยนกรอบความคิด ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มพบพัฒนาการที่น่าสนใจในขั้นตอนการสร้างต้นแบบ หรือขั้น NURTURE โดยผู้เรียนมีการปรับกรอบความคิดเชิงบวกต่ออุปสรรค ทำให้ยอมรับว่า "ความล้มเหลวคือส่วนหนึ่งของการเรียนรู้" และรู้จักนำ Feedback มาพัฒนาต่อยอดผลงาน

## องค์ความรู้ใหม่

โมเดลการเรียนรู้เชิงบูรณาการเพื่อสร้างนวัตกรและผู้ประกอบการ ที่ผสานแนวคิด Design Thinking, Lean Canvas และ Business Model Canvas เข้าด้วยกัน โดยมี Active

Learning เป็นกลไกขับเคลื่อน เกิดเป็น "วงจรการเรียนรู้เชิงสร้างคุณค่า" (Value-Creation Learning Cycle)




**ภาพที่ 2** โมเดลวงจรการเรียนรู้เชิงสร้างคุณค่า (Value-Creation Learning Cycle)

**1. โครงสร้างและพลวัตของกระบวนการเรียนรู้** (Learning Process Dynamics) โครงสร้างของโมเดลถูกออกแบบให้เป็นกระบวนการเรียนรู้แบบวงจรต่อเนื่อง (Iterative Learning Process) ที่แต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ ส่งผ่านข้อมูล และส่งผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1) ขั้นตอน INSIGHT ลงพื้นที่ทำความเข้าใจผู้ใช้ ค้นหาปัญหาที่แท้จริงและโอกาสทางธุรกิจ

2) ขั้นตอน NOVELIZE นำข้อมูลมาคิดสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นนวัตกรรมต้นแบบ (MVP)

3) ขั้นตอน NURTURE นำต้นแบบไปทดสอบกับผู้ใช้จริงเพื่อรับ Feedback และปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะตอบโจทย์ตลาด (Product-Market Fit)

4) ขั้นตอน OPPORTUNITY นำแนวคิดที่ผ่านการทดสอบมาประยุกต์สร้างโครงสร้างธุรกิจ เพื่อขยายผลและสร้างรายได้

**2. การเชื่อมโยงฐานคิดทฤษฎีและข้อค้นพบใหม่ของงานวิจัย**

“InnoBiz Model” ตั้งอยู่บน 3 ทฤษฎีหลัก และขับเคลื่อนด้วย Active Learning

1) Design Thinking รองรับขั้นตอน INSIGHT และ NOVELIZE เน้นความเข้าใจผู้ใช้และการสร้างสรรค์

2) Lean Canvas รองรับขั้นตอน NOVELIZE และ NURTURE เน้นการสร้าง Solution และทดสอบความเสี่ยง

3) Business Model Canvas รองรับขั้นตอน OPPORTUNITY เน้นการขยายสเกลและโครงสร้างธุรกิจ

ข้อค้นพบสำคัญของงานวิจัย การสร้าง "สถาปัตยกรรมการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ (Seamless Learning Architecture)" ซึ่งเข้ามาอุดช่องว่างของการเรียนทฤษฎีแบบแยกส่วนในอดีต โดยใช้ Active Learning เป็นตัวเชื่อมโยงแนวคิดทั้ง 3 เข้าด้วยกัน โมเดลนี้ช่วยเปลี่ยนผู้เรียนจาก "นักวิเคราะห์ปัญหา" ให้กลายเป็น "นักออกแบบทางออก" และเติบโตเป็นนวัตกรและผู้ประกอบการที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จริงอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย**

1. การปรับโครงสร้างหลักสูตรระดับสถาบัน ควรนำ “InnoBiz Model” เป็นกรอบในการเปลี่ยนรูปแบบการศึกษาจากการบรรยาย สู่การศึกษาที่เน้นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education)

2. การสนับสนุนระบบนิเวศแห่งนวัตกรรม จัดสรรพื้นที่และงบประมาณสร้างศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรม (Incubator) หรือ Co-working space เพื่อต่อยอดผลงานสู่การตั้ง Startup

**ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ**

1. การเปลี่ยนบทบาทของผู้สอน ปรับจากผู้ถ่ายทอดความรู้ เป็นผู้อำนวยความสะดวกและโค้ช (Facilitator & Coach) เน้นตั้งคำถามเชิงวิพากษ์และให้ Feedback

2. การปรับรูปแบบการวัดและประเมินผล ลดการสอบทฤษฎี เน้นประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน (เช่น โมเดลธุรกิจ, การนำเสนอ, ต้นแบบ) และยอมรับว่าความล้มเหลวจากการทดลองคือส่วนหนึ่งของการเรียนรู้

**ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

1. การศึกษาในบริบทและกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายขึ้น ทดลองนำโมเดลไปใช้กับผู้เรียนคณะหรือสาขาวิชาอื่น ๆ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในบริบทข้ามศาสตร์ (Cross-disciplinary)

2. การวิจัยเชิงตามรอย (Longitudinal Study) ติดตามผู้เรียน 1-3 ปี เพื่อดูความยั่งยืนว่าสามารถนำทักษะไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพหรือสร้างธุรกิจได้จริงหรือไม่

## เอกสารอ้างอิง

สมนึก ภัททิยธนี. (2546). *การวัดผลการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

สำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. (2568). จำนวนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ [เอกสารภายในไม่ได้ตีพิมพ์]. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review, 86*(6), 84-92.

Deloitte. (2025). *Deloitte Global 2025 Gen Z and millennial survey*. Retrieved Juny 8, 2026, form https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html.

ECMC Group. (2022, May 18). *National study finds high schoolers keenly aware of current in-demand jobs, impacting education choices after graduation.* PR Newswire. Retrieved Juny 8, 2026, form https://www.prnewswire.com/news-releases/national-study-finds-high-schoolers-keenly-aware-of-current-in-demand-jobs-impacting-education-choices-after-graduation-301549389.html.

Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works* (2nd ed.). USA: O'Reilly Media.

Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, *49*(1), 55-70.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. New York: John Wiley & Sons.

Rasmussen, E. A., & Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation, 26*(2), 185-194.

Wheaton, C. (2022). The impact of digital marketing on modern startups. *Journal of Business Strategies*, *15*(3), 45-60.