

สร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จ จากแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศสู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน

ปริญญ์ เรืองทิพย์¹

นคร ละลอกน้ำ²

¹ ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 08-4346-1441 อีเมล: parinyar@go.buu.ac.th

รับเมื่อ 23 กันยายน 2567 วันที่แก้ไขบทความ 26 พฤศจิกายน 2567 ตอรับเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2567 10.14416/j.faa.2025.07.009

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถสร้างธุรกิจที่สนใจหรือพัฒนาธุรกิจเดิมให้มียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น 2) พัฒนารูปแบบ และ 3) ทดลองใช้รูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจากแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศสู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน ซึ่งมาวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัยสรุปว่าองค์ประกอบ การสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ จัดเตรียมความพร้อม กระบวนการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นผู้ประกอบการ ทรพยากรอำนวยความสะดวก และการติดตามประเมินความสำเร็จ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงฯ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเริ่มต้นธุรกิจและเป็นไปได้ สัมผัสประสบการณ์ตรงที่หลากหลาย เรียนรู้และลงมือทำขึ้นและกระตุ้นให้สำเร็จ และมุ่งสู่การเติบโตแบบยั่งยืน ผลการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” และมีความพึงพอใจของผู้เข้า ภาพรวมอยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 30 คน รวมกลุ่มสร้างธุรกิจร่วมกัน กลุ่ม ๆ ละ 3-6 คน ได้จำนวน 11 ธุรกิจ สามารถสร้างอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้พัฒนาผู้ประกอบการได้จริง

คำสำคัญ: สร้างประสบการณ์ตรง ผู้ประกอบการยุคใหม่ อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Creating Direct Experience as a Modern Entrepreneur and Passing on Success from the Best Practice to a Stable and Sustainable Career

Parinya Ruangtip¹
Nakhon Lalognum²

¹ Corresponding Author, Tel. 08-4346-1441 E-mail: parinyar@go.buu.ac.th

Received 23 September 2024; Revised 26 November 2024; Accepted 29 November 2024 10.14416/j.faa.2025.07.009

Abstract

This study aimed (1) to investigate the components and processes involved in creating a hands-on entrepreneurial experience for new-age entrepreneurs to start or to scale their businesses successfully; (2) to develop a model for this experience; and (3) to pilot test this model. A three-phase research approach was employed to achieve these objectives. The findings revealed four key components of a hands-on entrepreneurial experience: preparation, the experiential process, facilitating resources, and success evaluation. Furthermore, a five-step process was identified: business initiation, diverse experiential exposure, learning by doing, mentorship and motivation, and sustainable growth. The developed model was piloted with 30 participants that formed 11 business groups. The model was evaluated as "highly suitable" and received the highest level of satisfaction from the participants. The program successfully enabled the participants to create businesses and increase their income, demonstrating the model's effectiveness in developing new-age entrepreneurs.

Keywords: Create direct experience, New generation entrepreneurs, Stable sustainable careers

¹ Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Education, Burapha University

² Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Education, Burapha University

1. บทนำ

นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563-2570 เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาระบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ที่สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบายของรัฐบาล โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อ “เตรียมคนไทยแห่งศตวรรษที่ 21 พัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งทางนวัตกรรมระดับแนวหน้าในสากล นำพาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว” และมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานในลักษณะแพลตฟอร์มความร่วมมือตามเป้าประสงค์ของการพัฒนาใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ (2) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ท้าทายของสังคม (3) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน (4) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ และแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาคุณภาพและโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาของคนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัยในประเทศอย่างยั่งยืน และมุ่งเน้นให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นแหล่งสร้างองค์ความรู้ งานวิจัยและนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการขับเคลื่อนการดำเนินงานกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการอุดมศึกษาไว้ 3 ประการหลัก ประกอบด้วย บัณฑิตและกำลังคน ระบบนิเวศวิจัย และอุดมศึกษาใหม่ โดยมุ่งหวังให้อุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ผ่านพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษา จำแนกตามยุทธศาสตร์ 3 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ 1 พัฒนาศักยภาพคน (Capacity Building) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมระบบนิเวศวิจัยอุดมศึกษา (Research Ecosystem Building) และยุทธศาสตร์ที่ 3 จัดระบบอุดมศึกษาใหม่ (Higher Education Transformation) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

มหาวิทยาลัยบูรพาในฐานะมหาวิทยาลัยหลักใน EEC และมหาวิทยาลัยในภูมิภาคตะวันออกมีบทบาทในการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้มีศักยภาพเพื่อรองรับการอุตสาหกรรมเป้าหมาย และพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชุมชน สังคม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ EEC และจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกจึงออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการดำเนินงานในลักษณะแพลตฟอร์ม โดยแผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566 – 2570 กำหนดไว้ 3 แพลตฟอร์ม(Platform) คือ แพลตฟอร์ม 1 การสร้างและพัฒนาศักยภาพคนองตอบภาคอุตสาหกรรมเป้าหมาย แพลตฟอร์ม 2 ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และแพลตฟอร์ม 3 การสร้างแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2565)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจ พบว่า มีผู้ว่างงานสำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามากที่สุด 147,000 คน ใน เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2562 และจากภาพการว่างงานของกลุ่มดังกล่าวยัง พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2561 มีผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น 10,000 คน แต่จากการสำรวจของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แลถงตัวเลขบัณฑิตตกงานถึง 370,000 คน ซึ่งในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จะมีบัณฑิตที่กำลังสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น 300,000 คน แสดงให้เห็นความไม่สอดคล้องของคุณภาพของบัณฑิตกับความต้องการของตลาดแรงงาน และลักษณะผู้เรียนยุคปัจจุบันจะเป็น GEN-Z จะมีการแสวงหาความรู้ใหม่ผ่านช่องทางเทคโนโลยีดิจิทัลหลากหลายรูปแบบด้วยตนเอง กล้าคิดกล้าทำสิ่งใหม่ ๆ มีแนวคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการ แสวงหาความสำเร็จในระยะเวลานั้น (ดลฤดี พลมิตร และคณะ, 2566)

จากนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 ใน 4 ด้านหลัก แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 – 2570 กำหนดไว้ 3 ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566 – 2570 กำหนดไว้ 3 แพลตฟอร์ม และปัญหาแนวโน้มการว่างงานของบัณฑิตที่จบการศึกษาใหม่เพิ่มขึ้น และความต้องการของผู้เรียนปัจจุบัน(กลุ่ม GEN-Z) การพัฒนากำลังคน การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาทักษะให้แรงงานในอุตสาหกรรม บุคคลทั่วไป นิสิตที่กำลังศึกษาและบัณฑิตที่พึงจบการศึกษาให้สามารถทำงานในสถานประกอบการได้หรือประกอบอาชีพอิสระที่สนใจได้ทันกับการแข่งขันของประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต จำเป็นต้องมีการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ให้เกิดแรงบันดาลใจ มีทักษะการประกอบธุรกิจที่ตนเองสนใจ โดยดำเนินการลักษณะเรียนรู้จากการทำจริง/ปฏิบัติจริงจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านจะทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะอย่างแท้จริง ทำได้ และแก้ปัญหาได้ (มนกนก ภาณุสิทธิกร, 2562; โกสินทร์ ชำนาญพล และคณะ, 2562) โดยเฉพาะนิสิต บัณฑิตที่พึงสำเร็จการศึกษา แรงงาน และบุคคลทั่วไป ต้องเรียนรู้พัฒนาตนเองให้สร้างอาชีพที่มั่นคงได้ โดยเฉพาะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มุ่งเน้นพัฒนาบุคคลมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากเห็นสิ่งต่าง ๆ รอบตัว และนำมาสร้างสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า และสร้างรายได้ให้กับตัวเอง จำเป็นต้องมีทักษะที่หลากหลาย เช่น 1) ทักษะการจัดการ และ ความรู้พื้นฐานในการทำธุรกิจ (Management skills and Business fundamentals) 2) ทักษะการแก้ปัญหา (Problem solving skills) 3) ทักษะการตัดสินใจ (Decision making skills) 4) ทักษะการสื่อสาร (Communication skills) 5) ทักษะภาษาอังกฤษ (English language skills) 6) ทักษะการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส (Resilience) 7) ทักษะการทำ (Digital Marketing) และ 8) Soft Skills อื่น ๆ (Kosin Chamnanpon, Sudajai Lowanichchai, 2019) จากทักษะที่กล่าว และประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการที่ต้องมี ยังขาดรูปแบบกระบวนการในการดำเนินงานที่ชัดเจน องค์ประกอบ ขั้นตอนต่าง ๆ ต้องดำเนินการอย่างไร โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่ EEC

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยสนใจทำวิจัย เรื่อง “สร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน” ด้วยการศึกษาองค์ประกอบ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถสร้างธุรกิจที่สนใจหรือพัฒนาธุรกิจเดิมให้มียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น และนำความรู้ที่ได้มาพัฒนารูปแบบที่เป็นขั้นตอนสามารถนำไปใช้ส่งเสริมการเป็นเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน การดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด มีการศึกษาความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงาน ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการเขตพื้นที่ EEC (ชลบุรี, ระยอง, ฉะเชิงเทรา) ในกิจกรรมมีการศึกษาดูงาน/เข้าฝึกเรียนรู้งานจริงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ทำให้ผู้เข้าโครงการสามารถสร้างแผนธุรกิจฯ ตามความสนใจ สามารถนำความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ที่ได้ไปสร้างอาชีพใหม่ ยกระดับอาชีพเดิม เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ EEC และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถสร้างธุรกิจที่สนใจหรือพัฒนาธุรกิจเดิมให้มียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน

2.3 เพื่อทดลองใช้รูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน

3. การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวทางการกำหนดองค์ประกอบสำคัญของแผนธุรกิจ คลอบคลุมเนื้อหาหลักที่สำคัญ ดังนี้ (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2560)

3.1 เป้าหมายขององค์กร จุดสำคัญที่สุดของการทำแผนธุรกิจคือ การกำหนดเป้าหมายขององค์กรว่าในแต่ละปีเราจะทำอะไรไปเพื่ออะไร และถ้าจะให้ได้ผลสูงสุดการกำหนดเป้าหมายนี้ควรให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมกันทำ เพื่อให้เกิด Commitment หรือพันธสัญญาร่วมกัน เป้าหมายหลัก ๆ ที่ควรกำหนดให้ชัดเจนคือ ยอดขาย กำไร และความพึงพอใจของลูกค้า

3.2 แผนการตลาด จะบ่งบอกทิศทางการทำการตลาดตลอดปี ตั้งแต่การปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์ (ถ้าจำเป็น) แผนการออกสินค้า แผนโปรโมชั่นสินค้า ส่งเสริมการขาย การวางแผนสื่อ และงบประมาณที่ต้องใช้ตลอดทั้งปีเพื่อให้การใช้นั้นคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

3.3 แผนการขาย แผนงานสำคัญที่จะบอกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งยอดขายรวมที่เป็นเป้าหมายหลักขององค์กร (จากข้อ 2.) เราต้องทำอะไรบ้าง เช่นควรเพิ่มความสำคัญกับช่องทางการขายไหนมากขึ้น หรือควรเลิกขายลูกค้ารายใดบ้างเพื่อให้หันไปโฟกัสกับลูกค้าที่มีโอกาสมากกว่า

3.4 แผนการผลิต/ส่งซื้อสินค้า แผนการผลิตหรือการสั่งซื้อสินค้าคือแผนงานสำคัญที่ SME มั่นมองข้าม เพราะมันแต่ให้ความสำคัญกับการขายและการตลาด แต่ในความเป็นจริงแล้ว การวางแผนการผลิตหรือสั่งซื้อที่ดี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมหาศาลโดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบตามฤดูกาลที่จำเป็นต้องมีการวางแผนสั่งซื้อที่ประสิทธิภาพเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่ดีที่สุด

3.5 แผนการเงิน แผนที่ควบคุมการบริหารรายรับและรายจ่ายของบริษัท โดยเป็นการประมาณการสภาพคล่องและปริมาณเงินสดหมุนเวียนของบริษัทให้มีเพียงพอสำหรับการดำเนินงาน แผนการเงินมีความสำคัญมากเพราะหากบริหารไม่ดีจนบริษัทขาดเงินสดสำหรับใช้จ่ายบริหารงาน การทำงานของบริษัทจะสะดุดและอาจเกิดผลเสียทางด้านภาพลักษณ์ขององค์กรได้ และในกรณีที่บริษัทมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนในการดำเนินงานมากกว่ากรณีปกติ เช่น ต้องการขยายกำลังการผลิต การวางแผนทางการเงินเพื่อหาเงินกู้มาเสริมสภาพคล่องจึงเป็นสิ่งที่ต้องถูกใส่ไว้ในแผนการบริหารการเงินประจำปีด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แนวทางการมีแผนธุรกิจที่สำคัญแล้วนั้น นอกจากจะช่วยให้ทุกคนในองค์กรมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงานแล้ว ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้วยเมื่อต้องติดต่อหรือทำงานร่วมกับบุคคลภายนอก เพราะนั่นหมายถึงความมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน และช่วยให้ผู้รับฟังแผนได้เข้าใจถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นกับองค์กรในอนาคตแนวทางหลักการ แนวคิดที่ใช้เชื่อมโยงการวิเคราะห์ ประกอบด้วย 2 หลักการ ได้แก่ 1. SWOT Analysis และ 2. แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท จุดแข็ง (Strengths) เป็นการหาจุดเด่นหรือจุดแข็งจากปัจจัยภายใน โดยบริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นจุดด้อยหรือจุดอ่อน ข้อเสียเปรียบจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท โอกาส (Opportunities) เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์ หรือส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัท โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อหาวิธีการใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น อุปสรรค (Threats) เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลเสียต่อธุรกิจ ต่อ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับ

กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง และพยายามจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้ การวิเคราะห์ หากผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ (Leigh, 2009)

Osterwalder, et al. (2010) กล่าวว่า Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้เห็นภาพรวมและอธิบายวิธีการที่องค์กรสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า รวมถึงการไหลเวียนของทรัพยากรและการเงินภายในบริษัท BMC ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก ดังนี้กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) องค์กรต้องแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจนเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และใช้วิธีเข้าถึงที่เหมาะสม การเสนอคุณค่า (Value Propositions) การแก้ปัญหาให้ลูกค้าและสิ่งที่มอบคุณค่าให้ลูกค้า ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเลือกใช้จากเราแทนคู่แข่ง ช่องทาง (Channels) ช่องทางที่ใช้ในการมอบคุณค่าหรือสื่อสารไปยังลูกค้า เพื่อกระจายคุณค่าของธุรกิจอย่างรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำ ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตั้งแต่การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว แบบอัตโนมัติ หรือแบบช่วยเหลือตัวเอง กระแสรายได้ (Revenue Streams) รายได้ที่เกิดจากการเสนอคุณค่าให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นคุณประโยชน์ที่ลูกค้ายินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อ ทรัพยากรหลัก (Key Resources) สิ่งที่ต้องใช้ในการเสนอและส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า เช่น ทรัพยากรบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญา การเงิน กิจกรรมหลัก (Key Activities) คือ กิจกรรมหลักที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสนับสนุนให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นพันธมิตรหลัก (Key Partners) คือ เครือข่ายที่จะช่วยให้โมเดลธุรกิจใช้การได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และควบคุมคุณภาพสินค้าบริการ

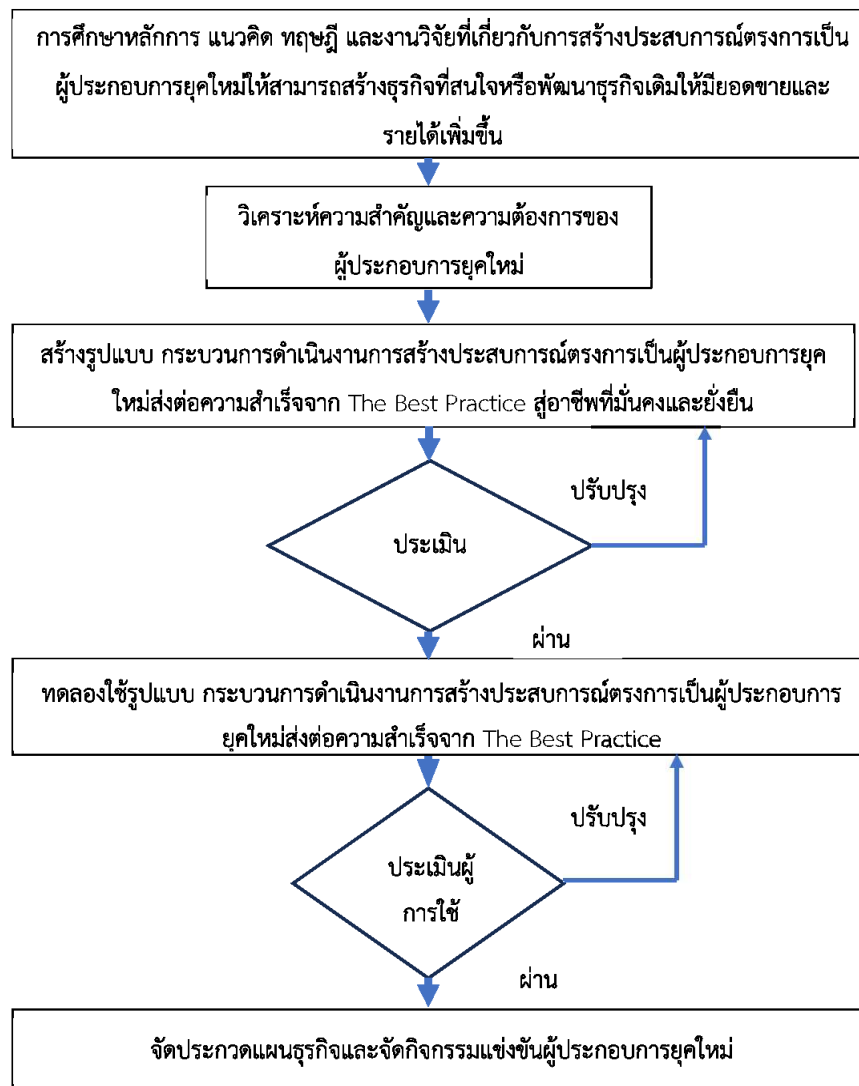
4. วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถสร้างธุรกิจที่สนใจหรือพัฒนาธุรกิจเดิมให้มียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น

ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบ กระบวนการดำเนินงาน การสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน

ระยะที่ 3 ทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิจัย

โดยมีรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1.1 แบบสัมภาษณ์ความต้องการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ เป็นประเด็นการสัมภาษณ์จำนวน 8 ข้อ และทุกข้อมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 1

4.1.2 แบบประเมินคุณภาพรูปแบบสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ เป็นแบบสอบถามประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ รูปแบบของมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 8 ข้อ มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาระหว่าง 0.8 – 1 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ .95 (Bailey, 2008)

4.1.3 แบบประเมินความพึงพอใจต่อการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ เป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาระหว่าง 0.8 – 1 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ .92

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ผ่าน Meet กับกลุ่มนิสิต กลุ่มบัณฑิต แรงงาน กลุ่มบุคลากรวัยทำงาน และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมโครงการศึกษาดูงานฯ กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ที่ 15 คน (Boddy, 2016) และมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่กำหนด

4.2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ที่เป็นพนักงาน ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการเขต EEC ในการประเมินรูปแบบกระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืนที่พัฒนาขึ้น โดยวิธีการเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ Google Form จำนวน 5 คน

4.2.3 เก็บข้อมูลจากกลุ่มนิสิต กลุ่มบัณฑิต กลุ่มบุคลากรวัยทำงาน และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมโครงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 30 คน โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

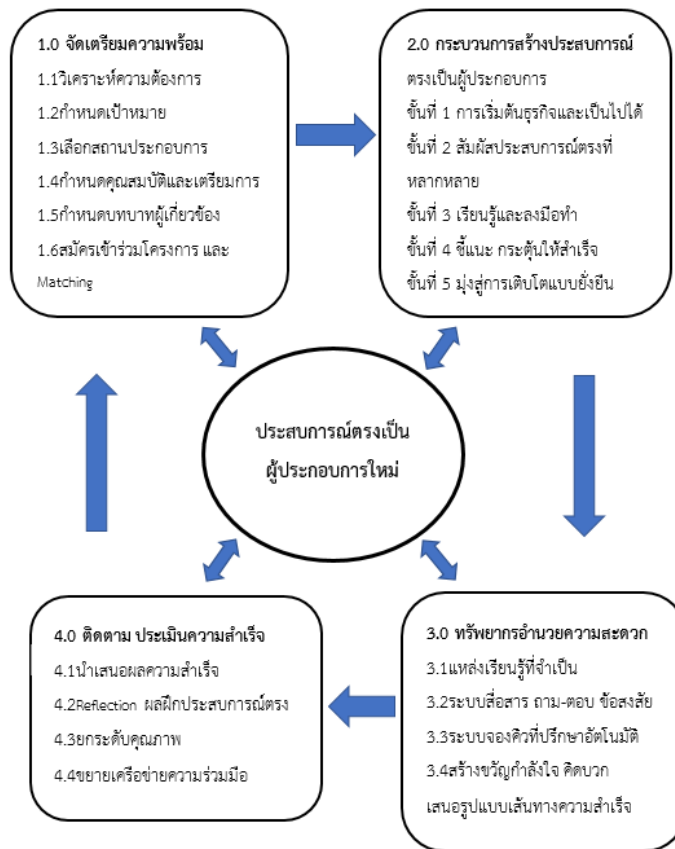
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่จากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มพนักงาน ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการเขต EEC (ระยะที่ 1) 2) กลุ่มนิสิต บัณฑิต แรงงาน บุคลากรวัยทำงาน และบุคคลทั่วไป และการสังเคราะห์องค์ประกอบ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ (ระยะที่ 3) โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาองค์ประกอบ ขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) จัดเตรียมความพร้อม 2) กระบวนการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นผู้ประกอบการ 3) ทรัพยากรอำนวยความสะดวก และ 4) ติดตาม ประเมินความสำเร็จ และมีขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงฯ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การเริ่มต้นธุรกิจ และเป็นไปได้ ขั้นที่ 2 สัมผัสประสบการณ์ตรงที่หลากหลาย ขั้นที่ 3 เรียนรู้และลงมือทำ ขั้นที่ 4 ชี้นำ กระตุ้นให้สำเร็จ ขั้นที่ 5 มุ่งสู่การเติบโตแบบยั่งยืน

5.2 ผลการพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงผลการพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน (ปริญา เรื่องทิพย์ และนคร ละลอกน้ำ, 2567)

5.3 ผลการประเมินรูปแบบ กระบวนการดำเนินการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 และความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57

กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการฯ สามารถสร้างอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวมกลุ่มสร้างธุรกิจร่วมกัน กลุ่ม ๆ ละ 3-6 คน จำนวน 11 ธุรกิจ ได้แก่ 1) Ai Think For you 2) BBMTN Production 3) HR CHAICHA 4) OVER SEE 5) คอร์สเรียนตัดต่อวิดีโอออนไลน์ 6) ธุรกิจเทียนหอม 7) ร้าน GABBI 8) ร้านกาแฟเกอริ Burgarry bake and brew 9) ร้านผลไม้เจ๊ป๊วย 10) ร้านมอมแมม 11) สร้างคอร์สเรียนออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะ

6. อภิปรายผล

6.1 ผลการพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อาชีพที่มั่นคงและยั่งยืนมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) จัดเตรียมความพร้อม 2) กระบวนการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นผู้ประกอบการ 3) ทรัพยากรอำนวยความสะดวก และ 4) ติดตาม ประเมินความสำเร็จ เพื่อให้สามารถนำองค์ประกอบที่สังเคราะห์ขึ้นสู่การปฏิบัติได้ ต้องดำเนินการตามขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงฯ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การเริ่มต้นธุรกิจและเป็นไปได้ ขั้นที่ 2 สัมผัสประสบการณ์ตรงที่หลากหลาย ขั้นที่ 3 เรียนรู้และลงมือทำ ขั้นที่ 4 ชี้นำ กระตุ้น

ให้สำเร็จ ขั้นที่ 5 มุ่งสู่การเติบโตแบบยั่งยืน เพราะได้สังเคราะห์เอกสาร หลักการ ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการที่ประสบผลสำเร็จ และได้นำข้อมูลที่ได้เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น และปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ องค์ประกอบ และขั้นตอน ดังกล่าวเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ มนกก กานูสิทธิกร (2562) ได้ศึกษากระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ กล่าวว่า วิธีการเรียนรู้ที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ จะมีการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ การเรียนรู้ผ่านบทสนทนา และการเรียนรู้ผ่านการรับเข้า ส่วนแหล่งเรียนรู้ที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อหาความรู้ ประกอบด้วยที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ลูกค้า และจากสื่อที่ศึกษาได้ด้วยตัวเอง สำหรับเนื้อหาที่ผู้ประกอบการกลุ่มนี้เรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาด้านการบริหารจัดการ เนื้อหาด้านความต้องการของลูกค้า และเนื้อหาด้านการขาย และสอดคล้องกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ประสบความสำเร็จ พบว่า ประสบการณ์ ทักษะ และการปรับตัววิสัยทัศน์ แผนงานและเป้าหมาย การตลาดและการกระจายสินค้า ผลิตภัณฑ์และการบริการ เครือข่ายที่สนับสนุนเงินทุน และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และสอดคล้องกับพรมิตร กุลกาลยีนิง (2561) ได้ศึกษากลยุทธ์การสร้างผู้ประกอบการในองค์กร กล่าวว่า กระบวนการสร้างผู้ประกอบการในองค์กร มี 6 ขั้นตอน คือ 1) การค้นพบโอกาส 2) การกำหนดแนวคิดของธุรกิจ 3) การเข้าถึงความต้องการทรัพยากร 4) การจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น 5) การลงมือปฏิบัติตามแนวคิดธุรกิจ 6) การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ สร้างความยั่งยืน

จากการดำเนินการตามรูปแบบฯ องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมีส่วนสำคัญมากในการจัดเตรียม ประสานสถานประกอบการที่ตรงกับความต้องการเข้าศึกษาดูงาน และเข้าแลกเปลี่ยนเรียนรู้ฝึกประสบการณ์ตรง เพราะต้องใช้เวลาในการประสาน การตรวจสอบสถานประกอบการที่มีความพร้อมและสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของโครงการ เช่น การเตรียมสถานที่ การเตรียมทีมอาจารย์ที่เลี้ยง/ทีมที่ปรึกษา และในส่วนขององค์ประกอบของกระบวนการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นผู้ประกอบการ ในขั้นการเริ่มต้นธุรกิจถือว่าสำคัญมากที่เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการที่อาจารย์ที่ปรึกษา และเจ้าของธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จต้องใช้เวลาในการตรวจสอบแผนธุรกิจที่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ เสนอให้พิจารณาคอยแนะนำ ชี้แนะถึงความเป็นไปในที่ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และศักยภาพของทีมงานที่จะร่วมทำธุรกิจก่อนจะลงมือปฏิบัติหรือลงมือทำดำเนินการธุรกิจจริง และเมื่อดำเนินการไปซักระยะที่ปรึกษาต้องติดตาม กระตุ้นให้เกิดความสำเร็จเพราะระหว่างทำจริงแต่ละธุรกิจจะเจอกับปัญหาที่แตกต่างกัน มีหลายกลุ่มเกิดการย่อท้อเพราะมีทั้ง ยอดขายไม่ดี มีการโกงจากลูกค้า (สั่งของ/ทำงานแล้วไม่จ่ายเงิน) การให้คำแนะนำและช่วยกระตุ้น ให้กำลังใจ ช่วยหาแนวทางแก้ไขปัญหาก็ถือว่าสำคัญมาก หลายธุรกิจที่ผู้ประกอบการสนใจในสินค้า/แนวคิดของแต่ละกลุ่มที่ทำธุรกิจ ก็จะสนับสนุนโดยการสั่งของ หรือไม่ก็ส่งงาน/ส่งออเดอร์/หาลูกค้า/ส่งลูกค้าให้ เพื่อให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ในช่วงเริ่มต้น (เป็นการสร้างขวัญกำลังใจ) ในส่วนขององค์ประกอบทรัพยากรอำนวยความสะดวก ระบบสื่อสารที่สะดวกถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนให้แต่ละกลุ่มที่เริ่มต้นทำธุรกิจได้เข้ามาปรึกษาปัญหา สอดคล้องกับโมเดลธุรกิจ BMC (Osterwalder, et al., 2010) ที่ต้องมีการเพิ่มช่องทางที่ใช้ในการมอบคุณค่าหรือสื่อสารไปยังลูกค้า เพื่อกระจายคุณค่าของธุรกิจอย่างรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งต้องมีการตอบสนองรวดเร็วซึ่งการดำเนินการในครั้งนี้จะมีทั้งรูปแบบฝากคำถาม และนัดหมายเวลาปรึกษาแบบ Realtime ซึ่งจะนัดคุย ติดตามงานควรอย่างน้อยอาทิตย์ละ 1 ครั้ง เป็นการกำกับ ติดตามให้ผู้เริ่มต้นธุรกิจให้สามารถทำงานได้อย่างสะดวกลดปัญหาและข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น เพราะได้มีการแลกเปลี่ยนกับอาจารย์ที่ปรึกษาที่เป็นเจ้าของธุรกิจโดยตรง และที่สำคัญอีกประการคือการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจะทำให้ผู้เริ่มต้นธุรกิจมีกำลังใจในการดำเนินงานโดยการดำเนินการครั้งนี้ได้มีการสนับสนุนเงินทุนกลุ่มละ 5,000 บาท และมีการประกวดแผนธุรกิจเพื่อกระตุ้นให้มีการแข่งขันพัฒนาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการฯ สามารถต่อยอดธุรกิจสร้างรายได้จากงานประจำที่ทำอยู่ได้ โดยหลังเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการฯ ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสร้างอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ ได้มีการรวมกลุ่มสร้างธุรกิจร่วมกัน กลุ่ม ๆ ละ 3-6 คน จำนวน 11 ธุรกิจ ได้แก่ 1) Ai Think For you 2) BBMTN Production 3) HR CHAICHA 4) OVER SEE 5) คอร์สเรียนตัดต่อ

วิดีโอออนไลน์ 6) ธุรกิจเทียนหอม 7) ร้าน GABBI 8) ร้านกาแฟ เบเกอร์รี่ Burgarry bake and brew 9) ร้านผลไม้ญี่ปุ่น 10) ร้านมอมแมม และ 11) สร้างคอร์สเรียนออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะ

6.2 ผลการประเมินคุณภาพรูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงฯ ภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.63 และผลรวมประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงฯ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 เพราะว่า การพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงฯ ได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการสำรวจความต้องการกลุ่มเป้าหมาย มีการร่างรูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงฯ และเสนอผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จในการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขทำให้การประเมินคุณภาพรูปแบบฯ และความพึงพอใจต่อโครงการฯ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านเนื้อหาสาระที่นำเสนอในโครงการตรงกับความต้องการนำไปใช้ประโยชน์ได้ ด้านวิทยากรมีวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาหลากหลาย เข้าใจง่าย ด้านมีทักษะในเขียนแผนธุรกิจสามารถนำไปใช้ได้จริง และด้านความตระหนักและความตั้งใจในการประยุกต์ใช้จากประสบการณ์ตรง การศึกษาดูงาน การเขียนแผนธุรกิจเพื่อต่อยอดเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ทั้งหมดนี้มีคะแนนที่สูงมากอาจเป็นเพราะได้ไปสัมผัสบรรยากาศของการทำงานจริง เห็นของจริงได้ทดลองทำจริง สอดคล้องกับ มนกกนก ภาณุสิทธิกร (2562) การเรียนรู้ที่ได้ฝึกประสบการณ์ตรง ได้ทำจริง จะทำให้ผู้เรียนสามารถเปลี่ยนประสบการณ์ให้เป็นความรู้ มีทักษะเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับดลฤดี พลมิตร และคณะ (2566) กล่าวว่า การได้ฝึกประสบการณ์จริงและการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการแข่งขันยุคใหม่ สอดคล้องกับ โกสินทร์ ชำนาญพล และคณะ (2562) กล่าวว่า ผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถเพิ่มลูกค้าและยอดขาย และเว็บสื่อกลางการค้าขาย (E-Market Place) ที่สามารถใช้งานบนสมาร์ตโฟนได้ เพราะจะทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ตลอดเวลา แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนารูปแบบกระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มี 4 องค์ประกอบ และมีขั้นตอนการสร้างประสบการณ์ตรงฯ 5 ขั้นตอน ผลการพัฒนารูปแบบกระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” และความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “ความพึงพอใจมากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการฯ สามารถสร้างอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวมกลุ่มสร้างธุรกิจร่วมกัน กลุ่ม ๆ ละ 3-6 คน จำนวน 11 ธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ได้จริง

ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

7.1.1 รูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงฯ มีการนำเสนอองค์ประกอบและขั้นตอนไว้อย่างชัดเจน หน่วยงานหรือสถาบันใดที่ต้องการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางดำเนินการได้ โดยเน้นการจัดเตรียมพร้อมทั้ง 1) วิเคราะห์ความต้องการ 2) กำหนดเป้าหมาย 3) เลือกสถานประกอบการ 4) กำหนดคุณสมบัติและเตรียมการ 5) กำหนดบทบาทผู้เกี่ยวข้อง 6) สมัครเข้าร่วมโครงการ และ Matching ไว้ให้พร้อมที่สุดเพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างประสบการณ์ตรงฯ ให้ประสบผลสำเร็จ

7.1.2 ในองค์ประกอบ 2.0 กระบวนการสร้างประสบการณ์ตรงเป็นผู้ประกอบการ ในขั้นที่ 1 มีส่วนสำคัญมากต้องสื่อสารพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายในเรื่องความเป็นไปได้ และการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เช่น การติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศ

เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารในภาษาต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจเติบโตได้ เป็นต้น และเหมาะสมกับศักยภาพที่อยู่ในวิสัยที่จะทำได้หรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการประเมินความสามารถของตนเองด้วยการวิเคราะห์ SWOT มาช่วย และในขั้นที่ 4 การชี้แนะ กระตุ้นให้สำเร็จ ถือเป็นบทบาทที่สำคัญของที่ปรึกษาที่ต้องคอยติดตามอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นในระยะแรกเมื่อเริ่มเห็นผลเป็นรูปธรรมผู้ริเริ่มการทำธุรกิจก็จะต่อยอด ขยายผลได้ด้วยตัวเอง

7.1.3 การจัดกิจกรรมและโครงการเสริมให้กับกลุ่มเป้าหมาย มีเวทีในการนำเสนอไอเดีย นำเสนอผลงานเป็นการกระตุ้นให้สร้างผลงานได้เป็นอย่างดี และที่สำคัญกลุ่มเป้าหมายได้มีโอกาสพัฒนาทักษะหลายด้าน ทั้งการนำเสนอ การอธิบาย ตอบคำถามกรรมการ การได้รับคำแนะนำจากการจัดกิจกรรม Matching จะเป็นประโยชน์สำหรับปรับปรุงแนวทางดำเนินธุรกิจ และสร้างความกระตือรือร้นกับทีมที่มานำเสนอ และที่สำคัญการประกวดแผนธุรกิจที่มีการสนับสนุนงบประมาณการเริ่มต้นธุรกิจ จะทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างรายได้ระหว่างเรียนหรือรายได้เสริมจากงานประจำ

7.2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 การพัฒนาแอปพลิเคชันระบบนิเทศฝึกงานเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงการเป็นผู้ประกอบการ เสนอลักษณะการทำงานของแต่ละหน่วยงาน เวทีเสวนาการแก้ปัญหาการทำงานแต่ละหน่วยงาน ระบบติดต่อสื่อสารกับอาจารย์นิเทศ อาจารย์พี่เลี้ยงในหน่วยงาน เจ้าหน้าที่ประสานงาน การส่งผลงานเข้าระบบเพื่อรับการประเมิน

7.2.2 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาอำนวยความสะดวกการให้คำปรึกษาแบบอัตโนมัติ เช่น ระบบจองคิวอัตโนมัติ การแสดงผลความก้าวหน้าและร่องรอยการปรึกษาแต่ละครั้ง การประชุมทั้งภาพและเสียงทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่

8. กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยบูรพา “งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566”

9. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2562). *ผู้ประกอบการยุคใหม่ ทำอย่างไรจึงจะสำเร็จ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เมจิกเพรส จำกัด.

โกสินทร์ ขำณุกุล และและสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(2), 130-138.

ดลฤดี พลมิตร และสมจิตร ล้วนจำเริญ. (2566). ความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการแข่งขันยุคใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10 (1), 271-284.

พรมิตร กุลกาลยืนยง. (2561). กลยุทธ์การสร้างผู้ประกอบการในองค์กร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4 (1), 1-11.

มนกนก ภาณุสิทธิกร. (2562). *กระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

มหาวิทยาลัยบูรพา. (2565). *แผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2566-2570*. สืบค้นจาก https://planning.buu.ac.th/module/page.php?module=menu_new

ปริญญา เรื่องทิพย์ และนคร ละลอกน้ำ. (2567). *รายงานวิจัยการพัฒนารูปแบบ กระบวนการดำเนินงานการสร้างประสบการณ์ตรงผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งต่อความสำเร็จจาก The Best Practice สู่อำชีพที่มั่นคงและยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2560). *การเขียนแผนธุรกิจ SMEs เพื่อขอสินเชื่อ*. เชียงใหม่: ศูนย์ถ่ายทอด องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมชุมชน.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 ปรับปรุง พ.ศ. 2566-2570*. สืบค้นจาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). *นโยบายและยุทธศาสตร์ การอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 และแผนด้านวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม 2563 – 2570*. สืบค้นจาก สอวช. (nxpo.or.th)

ภาษาต่างประเทศ

- Bailey, K. D. (2008). *Methods of social research*. 4th Edition. Simon and Schuster.
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research*, 19(4), 426-432.
- Kosin Chamnanpon ,Sudajai Lowanichchai. (2019). A Development Model of Digital Technology for Supporting Entrepreneur. *Ratchaphruek Journal*, 17(2), 130-138.
- Leigh, D. (2009). *SWOT analysis*. Handbook of Improving Performance in the Workplace. Volumes 1-3, 115-140.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, N.J.: Wiley.