การประกวดแนวปฏิบัติที่ดีของอาจารย์ในการจัดการเรียนการสอนสู่ความเป็นเลิศ
(The Best Practice) สายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ ประจำปี 2569
วันศุกร์ที่ 3 เมษายน 2569 เวลา 9.00 – 12.00 น.
ณ ห้องเภตรามาส ชั้น 9 อาคาร 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Moderator คือ ผศ.ดร.ฐิติมา พูนเพชร
ผู้แลกเปลี่ยน/Practitioners

1. ผศ.ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว (บัญชี)
2. ผศ.ดร.สุรพร อ่อนพุทธา (บริหารระหว่างประเทศ)
3. ดร.ยรรยง มงคลสิทธิ์ (สารสนเทศ)
4. ดร.กฤษฎา มูฮัมหมัด (การจัดการ)
5. ดร.นรเศรษฐ ศรีธานี (การเงิน)
6. ผศ.ดร.ภูริณัฐ ยมกนิษฐ์ (การตลาด)

คณะกรรมการ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และหัวหน้าสาขาวิชา 6 สาขาวิชา

Secretary/ถอดบทเรียน และ follow-up คือ ผศ.ดร.กนกอร แก้วประภา และ ดร.ภัคชัญญา บุญชูคำ

KM Support / ผู้ดูแลองค์ความรู้ คือ ผศ.ดร.ธฤษญา กองแก้ว และ ดร.จิราวัฒน์ แสงเป้า

ถอดบทเรียน จากการจัดกิจกรรมประกวด KM RTBS DAY 2026

สรุปรายละเอียดจากกิจกรรม "การประกวดแนวปฏิบัติที่ดีของอาจารย์ในการจัดการเรียนการสอนสู่ความเป็นเลิศ" (The Best Practice) ประจำปี พ.ศ. 2569 ของคณะบริหารธุรกิจ กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นเวทีให้อาจารย์ได้นำเสนอผลงานและกิจกรรมการเรียนการสอนที่โดดเด่นในรอบปี ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษา

ประเด็นสำคัญจากการดำเนินกิจกรรมประกอบด้วย การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนอย่างเป็นระบบ รวม 100 คะแนน โดยเน้นหนักไปที่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ การนำไปใช้ให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม และการสร้างนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา การประกวดในครั้งนี้มีผู้นำเสนอทั้งสิ้น 6 ท่าน จากหลากหลายสาขาวิชา โดยมีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิระดับหัวหน้าสาขาและรองคณบดีร่วมตัดสิน เพื่อคัดเลือกแนวปฏิบัติที่มีความเป็นเลิศและสามารถเป็นต้นแบบให้กับบุคลากรท่านอื่นในคณะได้

ผู้เข้าแข่งขันลำดับที่ 1 ผศ.ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ: การพัฒนานักศึกษาผ่านวิชาความเป็นผู้ประกอบการด้วยกระบวนการเรียนรู้เชิงระบบ

สรุปแนวทางและผลลัพธ์จากการจัดการเรียนการสอนในวิชาความเป็นผู้ประกอบการ ของคณะบริหารธุรกิจ โดยเน้นย้ำความเชื่อที่ว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้มาจากพรสวรรค์เพียงอย่างเดียว แต่สามารถพัฒนาได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นระบบ (Systematic Learning) แนวทางหลักที่ใช้คือการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) ที่ผนวกทฤษฎี การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้าด้วยกัน ภายใต้กรอบแนวคิด Constructive Alignment ผลลัพธ์ที่ได้ไม่เพียงแต่เป็นแผนธุรกิจหรือโมเดลธุรกิจ (BMC) ที่จับต้องได้และได้รับรางวัลระดับคณะ แต่ยังรวมถึงการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 เช่น การคิดวิเคราะห์ กลยุทธ์การตลาด การเงิน และการทำงานเป็นทีม ซึ่งเป็นการสะสมองค์ความรู้ตลอดหลักสูตรเพื่อสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างยั่งยืน

1. ปรัชญาและกรอบแนวคิดในการจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรได้เปลี่ยนผ่านจากความเชื่อเดิมที่เน้นพรสวรรค์ ไปสู่กระบวนการสร้างทักษะผ่านระบบการศึกษาที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้:

* Constructive Alignment: เริ่มต้นจากการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ชัดเจน ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จากนั้นจึงออกแบบวิธีการสอนและการวัดผลให้สอดคล้องกัน

* Blended Learning: การผสมผสานวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย ประกอบด้วย:

* การบรรยายเชิงทฤษฎีโดยอาจารย์

* การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่เน้นการมีส่วนร่วม

* การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อเสริมศักยภาพการเรียนรู้

* บทบาทของอาจารย์และนักศึกษา: อาจารย์ทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบกระบวนการและผู้ให้คำแนะนำ ในขณะที่นักศึกษามีบทบาทสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาและคิดค้นวิธีการตรวจสอบความเข้าใจของเพื่อนร่วมชั้นผ่านกิจกรรมต่างๆ

2. กระบวนการเรียนรู้และเครื่องมือที่ใช้ (Process & Tools)

การเปลี่ยนไอเดียให้กลายเป็นธุรกิจจริงผ่านขั้นตอนที่เป็นลำดับขั้น ดังนี้:

2.1 การใช้เทคโนโลยี AI

นักศึกษาได้รับอนุญาตและสนับสนุนให้ใช้ AI Tools ที่หลากหลาย (เช่น Chat GPT, Bing และอื่นๆ) เพื่อ:

* ประหยัดเวลาในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

* สร้างแรงบันดาลใจและค้นหาไอเดียธุรกิจใหม่ๆ

* ฝึกการเขียนชุดคำสั่ง (Prompt) ที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ

2.2 ขั้นตอนการพัฒนาไอเดียธุรกิจ

ขั้นตอน รายละเอียดกิจกรรม

- Individual Idea นักศึกษาแต่ละคนออกแบบธุรกิจที่ตนเองสนใจตามความชอบส่วนบุคคล
- Team Synergy นำไอเดียส่วนบุคคลมาแชร์ในกลุ่มเพื่อคัดเลือกและสกัดเป็นไอเดียของทีม
- BMC Developmentพัฒนาไอเดียสู่ Business Model Canvas (BMC)

- Critical Thinking กระบวนการวิพากษ์และสะท้อนความคิด (Reflection) โดยเพื่อนในห้องและสมาชิกในทีม เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางปรับปรุง
- Business Plan พัฒนาต่อยอดจาก BMC สู่แผนธุรกิจที่สมบูรณ์และการวัดผล

3. ผลงานและการประยุกต์ใช้จริง

จากการเรียนการสอน นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจที่หลากหลายและตอบโจทย์แนวคิดสมัยใหม่ เช่น:

* ธุรกิจเชิงวัฒนธรรมและความเชื่อ: กระเป๋าผ้าสายมู
* ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัย: ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นและช่วยให้ผ้าหอม
* นวัตกรรมความงาม: เครื่องสำอางจากสารสกัดธรรมชาติ
* ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน: ธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง
* การท่องเที่ยว: การเปิดมุมมองใหม่ในการท่องเที่ยว
* ความสำเร็จเชิงประจักษ์: ผลงานจากการเรียนรู้ในวิชาได้ถูกนำไปจัดแสดงในงาน Business Day และได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ในการประกวดชุมเผยแพร่ความรู้

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้และทักษะที่ได้รับ (Learning Outcomes)

นอกเหนือจากผลงานธุรกิจ นักศึกษายังได้รับการพัฒนาทักษะสำคัญที่จำเป็นต่อการทำงานในอนาคต ดังนี้:

1. ทักษะเชิงกลยุทธ์: การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) การเลือกช่องทางสื่อสาร และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

2. ทักษะทางการเงิน: การคำนวณต้นทุนการผลิต การวางแผนโปรโมชั่น การวิเคราะห์รายได้ และการหาจุดคุ้มทุน (Break-even Analysis)

3. ทักษะการทำงานเป็นทีม: การวางแผนงาน การมอบหมายงาน และการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ

4. ทักษะการคิดวิเคราะห์: ความกล้าในการคิด พูด และวิพากษ์วิจารณ์ผลงานอย่างสร้างสรรค์ (Critical Thinking)

5. ข้อสรุปและข้อสังเกตจากการดำเนินงาน

* การเรียนรู้สะสม (Cumulative Learning): จากผลการวิเคราะห์นักศึกษาตัวอย่าง (ปี 1-3) พบว่าระดับทักษะที่เพิ่มขึ้นมีความแตกต่างกันตามช่วงวัย สะท้อนให้เห็นว่าวิชาความเป็นผู้ประกอบการเพียงวิชาเดียวไม่สามารถสร้างผู้ประกอบการที่สมบูรณ์ได้ แต่ต้องเกิดจากการออกแบบหลักสูตรที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดการศึกษา

* ความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร: "การพัฒนาอาจารย์คือกุญแจสำคัญในการพัฒนานักศึกษา" การที่อาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และได้รับการรับรองมาตรฐานสากล (เช่น PSM Level 3) มีส่วนสำคัญในการออกแบบรายวิชาให้มีประสิทธิภาพ

* ความยั่งยืนของหลักสูตร: การเห็นความก้าวหน้าของนักศึกษาผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงระบบเป็นเครื่องยืนยันว่า การออกแบบหลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจดำเนินการมาในทิศทางที่ถูกต้องในการเตรียมความพร้อมสู่ศตวรรษที่ 21

ผู้เข้าแข่งขันลำดับที่ 2 รศ.ดร.สุรพร อ่อนพุทธา นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

<u>ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ</u> : การส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการผ่านรายวิชาการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

สรุปรายงานผลการดำเนินงาน: การส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการผ่านรายวิชาการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

สรุปฉบับนี้จัดทำขึ้นจากการนำเสนอแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของ รองศาสตราจารย์ ดร. สุรพร อ่อนละม้าย เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา "การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ" สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้:

* หัวใจสำคัญของโมเดล: การใช้กลยุทธ์ "Start Local, Think Global" คือการให้นักศึกษาลงมือทำธุรกิจจริงในระดับท้องถิ่น (Local) เพื่อเรียนรู้พื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ก่อนจะนำผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์และต่อยอดสู่แนวคิดระดับสากล (Global) ในเชิงทฤษฎี

* วิธีการเรียนรู้: เน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง (Learn by Doing) โดยนักศึกษาต้องจับกลุ่มลงทุนจริง และขายสินค้าจริงทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

* ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม: นักศึกษาสามารถสร้างรายได้และกำไรได้จริง (สูงสุด 20,000 - 30,000 บาท ในบางกลุ่ม) และที่สำคัญคือเกิดความยั่งยืนของธุรกิจที่นักศึกษาบางส่วนยังคงดำเนินการต่อแม้จะจบภาคการศึกษาไปแล้ว

* ความท้าทายและการปรับตัว: ผู้สอนมีการปรับลดขอบเขตการปฏิบัติงาน (Scope) จากการค้าต่างประเทศมาเป็นธุรกิจทั่วไปเพื่อให้เหมาะสมกับระดับชั้นปีของนักศึกษา แต่ยังคงรักษาความเข้มข้นของเนื้อหาทางทฤษฎีผ่านการทำรายงานวิเคราะห์

1. บริบทและวัตถุประสงค์ของรายวิชา

รายวิชาการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ มีเป้าหมายหลักในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีการค้า การลงทุน และการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมีโครงสร้างการเรียนรู้ตามผลลัพธ์การเรียนรู้ (CLO) 6 ด้าน ดังนี้:

* CLO 1-5: มุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถอธิบาย ประยุกต์ใช้ วิเคราะห์ ประเมินผล และแสดงความรับผิดชอบในการทำงานเป็นทีม

* การบูรณาการกับวิสัยทัศน์คณะ: มุ่งเน้นการปูพื้นฐานสู่การเป็น "ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล" และการเป็นกำลังคนมืออาชีพระดับประเทศ

2. โมเดลการสอน: "Start Local, Think Global"

ผู้สอนได้วิเคราะห์ข้อจำกัดของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ที่อาจมีความยากลำบากหากต้องเริ่มต้นธุรกิจระหว่างประเทศทันที จึงได้ออกแบบโมเดลการเรียนการสอนที่มีความยืดหยุ่นสูง ดังนี้:

2.1 ภาคปฏิบัติ (Local Action)

* Scope: ให้นักศึกษาทำธุรกิจอะไรก็ได้ที่สามารถทำได้จริง เช่น อาหาร เครื่องดื่ม หรือสินค้าอุปโภคบริโภค

* Process: ให้นักศึกษาคิดไอเดีย แผนธุรกิจ จับกลุ่มลงทุน และลงพื้นที่ขายจริง

* Flexibility: อนุญาตให้ขายผ่านช่องทางที่ถนัด ทั้งตลาดนัด หอพัก หรือสื่อออนไลน์ (TikTok, Facebook Live)

2.2 ภาคทฤษฎีและรายงาน (Global Thinking)

* Analysis: ให้นักศึกษานำผลจากการขายจริงมาวิเคราะห์ผ่านเลนส์ของทฤษฎีการค้าและการลงทุน

* Future Roadmap: นักศึกษาต้องนำเสนอแนวทางในรายงานว่า หากต้องการยกระดับธุรกิจที่ทำอยู่ไปสู่ระดับสากล จะต้องมีขั้นตอนและวิธีการอย่างไร เพื่อปิดช่องว่าง (Gap) ระหว่างการปฏิบัติระดับท้องถิ่นกับเนื้อหารายวิชา

3. การดำเนินกิจกรรมและผลลัพธ์ทางธุรกิจ

จากการให้นักศึกษาลงมือปฏิบัติจริง พบว่ามีความหลากหลายของประเภทธุรกิจและผลตอบแทนทางการเงิน ดังนี้:

ประเภทธุรกิจที่พบ ช่องทางการจำหน่าย ผลตอบแทนและกำไร

อาหารสด/อาหารแปรรูป ตลาดนัด, ชุ้มขายของ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จสูง: กำไร 20,000 - 30,000 บาท

เครื่องดื่มต่างๆ การเดินขายตามหอพัก กลุ่มระดับกลาง: กำไร 3,000 - 4,000 บาท

เสื้อผ้ามือสอง Live สด, ออนไลน์ กลุ่มที่ขาดทุน: มีปรากฏในบางกรณี (เมื่อหักค่าแรงตนเอง)

ข้อมูลเชิงลึกจากการปฏิบัติ:

* การมีลูกค้ารายเดิมซื้อซ้ำ: เป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์

* ความต่อเนื่องของธุรกิจ: นักศึกษาบางส่วนยังคงดำเนินธุรกิจต่อในภาคการศึกษาถัดไป โดยไม่ต้องพึ่งพารายได้จากผู้ปกครองเพียงอย่างเดียว

4. การสะท้อนผลการเรียนรู้และองค์ความรู้ใหม่

4.1 ประโยชน์ที่นักศึกษาได้รับ

* ทักษะการสื่อสาร: การเจรจากับลูกค้าและผู้ผลิต (Supplier)

* ความเข้าใจตลาด: เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจากการเผชิญหน้าจริง

* ทัศนคติ: มีความมั่นใจมากขึ้น และมีแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ

4.2 องค์ความรู้ใหม่สำหรับผู้สอน (Pedagogical Insights)

* Social Commerce Trends: ผู้สอนได้รับความรู้ใหม่จากนักศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการ "ปักตะกร้า" ใน TikTok และกลยุทธ์การเพิ่มยอดผู้ติดตามผ่านบริการรับจ้าง ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อควรระวังเรื่องกลุ่มเป้าหมาย

* การลดความซับซ้อน: ค้นพบว่าการลดความซับซ้อนของบริบท (Context) ลงมาให้ใกล้ตัวนักศึกษามากขึ้น ช่วยให้การส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

5. การขยายผลและทิศทางในอนาคต

* การสร้างเครือข่ายวิชาการ: มีการแลกเปลี่ยนโมเดลการสอนกับอาจารย์ในสาขา (เช่น อาจารย์สรากุล) และนำไปบอกเล่าในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์หลักสูตรที่มหาวิทยาลัยอื่น (เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

* เป้าหมายในอนาคต: ผู้สอนมุ่งหวังที่จะพัฒนาการเรียนการสอนให้เกิด "นวัตกรรมใหม่" และ "ผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม" มากยิ่งขึ้น โดยได้รับแรงบันดาลใจจากโมเดลธุรกิจของสาขาการจัดการและบัญชี

* การผลักดันสู่สากล: มุ่งเน้นการสร้างรายได้ให้นักศึกษาเพื่อเป็นทุนในการเดินทางไปหาประสบการณ์ในต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับหัวใจของหลักสูตรธุรกิจระหว่างประเทศ

เข้าแข่งขันลำดับที่ 3 อ. ยรรยง มงคลสินธุ์ นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ: แนวทางการจัดการเรียนการสอนเพื่อสร้างความเป็นผู้ประกอบการ (B-Pack 2026

สรุปเนื้อหานี้เรียบเรียงจากการนำเสนอของ อ.ยรรยง มงคลสินธุ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาระบบสารสนเทศ ในงาน KM Day ของ RTBS 2026 ซึ่งถ่ายทอดประสบการณ์และกลยุทธ์การสอนวิชาความ เป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีและการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ

การจัดการเรียนการสอนเพื่อสร้างความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาใหม่ภายใต้แนวคิดของ อ.ยรรยง มงคลสินธุ์ มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การ "สร้างความเข้าใจและเรียนรู้ไปพร้อมกัน" ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน โดยอาศัยพื้นฐานความเชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์เข้ากับหลักการบริหารธุรกิจ รูปแบบการสอนเน้นการปรับทัศนคติ (Mindset) ผ่านการใช้สมการเปรียบเทียบที่เข้าใจง่าย การใช้กระบวนการ Design Thinking และการบูรณาการวิชาเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้นักศึกษาสามารถสร้างโมเดลธุรกิจที่ใช้งานได้จริงในยุคดิจิทัล ผลลัพธ์ที่โดดเด่นคือการที่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สามารถพัฒนาแพลตฟอร์ม AI สำหรับงานวิจัยที่มีระบบสร้างรายได้จริง และการคิดค้นบริการรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์สังคมปัจจุบัน

1. บริบทและความท้าทายของผู้สอน

อ.ยรรยง มงคลสินธุ์ ระบุถึงข้อจำกัดและความท้าทายในการเริ่มต้นสอนวิชาความเป็นผู้ประกอบการ ดังนี้:

* ประสบการณ์การสอน: มีประสบการณ์การเป็นอาจารย์เพียง 2.5 ปี

* การเปลี่ยนสายงาน: สำเร็จการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ แต่ต้องมาสอนในคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นความยากในการปรับตัวจากนักคอมพิวเตอร์มาสู่สายธุรกิจ

* กลุ่มผู้เรียน: สอนนักศึกษาชั้นปีที่ 1 (ปีการศึกษา 2566) ซึ่งยังไม่มีพื้นฐานด้านบริหารธุรกิจ ทำให้ทั้งผู้สอนและผู้เรียนอยู่ในสถานะ "ใหม่" ทั้งคู่

* แนวทางการแก้ปัญหา: ผู้สอนใช้ความพยายามในการทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างลึกซึ้งก่อนนำไปถ่ายทอด โดยใช้มุมมองของผู้ที่เริ่มเรียนรู้ใหม่เพื่อให้เข้าถึงนักศึกษาได้ดีขึ้น

2. หลักการและแนวคิด 6 ประการสู่ความเป็นผู้ประกอบการ

กระบวนการสอนถูกแบ่งออกเป็นขั้นตอนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษาอย่างเป็นระบบ:

1. Entrepreneurial Mindset (กรอบแนวคิด): ปลูกฝังให้นักศึกษาเข้าใจโลกของธุรกิจ โอกาส การใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความกล้าที่จะเสี่ยงอย่างมีเหตุผล

2. Learning by Doing (การเรียนรู้จากการลงมือทำ): ให้นักศึกษาจับกลุ่มคิดไอเดียธุรกิจตามคู่มือการเรียนการสอน โดยเน้นการทำ Business Model Canvas (BMC) 9 ช่อง และพัฒนาไปสู่การทำต้นแบบ (Prototype)

3. Design Thinking (คิดเชิงออกแบบ): เน้นการศึกษาและเข้าใจลูกค้า การระดมความคิด การแบ่งบทบาทภายในกลุ่ม (ผู้นำ, ผู้ตาม, ผู้ลงมือทำ) และการทดลองตลาดจริง

4. Problem-Based/Experience Learning (การเรียนรู้จากปัญหา): ให้นักศึกษาแก้ปัญหาที่พบจากการลงมือทำจริง โดยส่วนใหญ่นักศึกษาจะเลือกธุรกิจใกล้ตัว เช่น เสื้อยืดพิมพ์ลาย, รองเท้ามือสอง, เครื่องดื่ม หรือการต่อยอดธุรกิจเกษตรจากครอบครัว (เช่น ทุเรียน)

5. Digital Integration (การบูรณาการเทคโนโลยี): นำวิชาความรู้ด้านเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาปรับใช้ในการสร้างช่องทางธุรกิจออนไลน์

6. Sustainability (ความยั่งยืน): ปลูกฝังให้คำนึงถึงคุณค่าของธุรกิจและการส่งผลดีต่อสังคม

3. สมการการเรียนรู้และธุรกิจ

ผู้สอนได้สร้างชุดสมการเพื่ออธิบายแนวคิดทางธุรกิจให้เป็นรูปธรรมและน่าสนใจสำหรับนักศึกษา:

หัวข้อ สมการ / แนวคิด ความหมายเชิงกลยุทธ์

Success = (Failure \to Learning) ความสำเร็จคือขีดจำกัดของความล้มเหลวที่ถูกเปลี่ยนเป็นความรู้แบบไม่สิ้นสุด

Startup = (Idea \times Execution \times Platform) {Improvement} การเริ่มต้นธุรกิจต้องประกอบด้วยไอเดีย การลงมือทำ และแพลตฟอร์ม โดยมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจุดเริ่มต้นนักศึกษา

Entrepreneurship = Big\ Dreams - Wallet + Irrational\ Confidenceความฝันที่ยิ่งใหญ่ หักลบด้วยเงินในกระเป๋า แต่บวกด้วยความมั่นใจที่อาจไร้เหตุผลในตอนเริ่มไอเดียธุรกิจ

Business\ Idea = Daily\ Problems + Laziness ปัญหาในชีวิตประจำวัน บวกกับความขี้เกียจที่จะแก้ปัญหาด้วยวิธีเดิม ๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรมการทดสอบตลาด

Test\ Result = Compliments + (Pain \times Multiplier) คำติชมจากลูกค้ามักมีความเจ็บปวดเป็นตัวคูณที่มากกว่าคำชม ซึ่งต้องเตรียมใจรับและนำมาพัฒนา

4. ผลงานนักศึกษาที่โดดเด่น

จากการจัดการเรียนการสอน พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 สามารถสร้างผลงานที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ได้จริง:กรณีศึกษา: Graffiti Thesis (เครื่องมือ AI ช่วยร่างงานวิจัย)

* ลักษณะทางเทคนิค: นักศึกษาใช้การเชื่อมต่อ API ของ Generative AI เข้ากับแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นเอง มีกระบวนการเทรนผลลัพธ์ผ่าน Product ของตนเอง

* โมเดลธุรกิจ: มีระบบสมัครสมาชิกและระบบ Credit (ให้ทดลองใช้ฟรี 5 เครดิต) หากต้องการใช้เพิ่มต้องชำระเงิน

* สถานะปัจจุบัน: ระบบออนไลน์จริงและสามารถสร้างรายได้จริง

กรณีศึกษาอื่น ๆ:

* ธุรกิจเช่าญาติ: บริการที่ตอบโจทย์สังคมความเหงาในปัจจุบัน

* การขายจริง: มีการทำแพลตฟอร์มขายของออนไลน์ผ่าน TikTok และร่วมออกบูธในงาน Business Fair เพื่อฝึกทักษะการขายจริง

5. การส่งต่อองค์ความรู้และการทำงานร่วมกัน

ความสำเร็จของการจัดการเรียนการสอนนี้ไม่ได้เกิดจากผู้สอนเพียงลำพัง แต่มีการดำเนินการดังนี้:

* การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ: มีการปรึกษาหารือกับอาจารย์อาวุโส (เช่น อาจารย์วิภาลัย) เพื่อประเมินรูปแบบการสอน

* การสนับสนุนจากภาควิชา: ทำงานภายใต้การคำแนะนำของหัวหน้าสาขาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

ผู้เข้าแข่งขันลำดับที่ 4 ดร.กฤษฎา มูฮัมหมัด นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

<u>ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ</u>:แนวปฏิบัติการจัดการเรียนการสอนเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการ

สรุปแนวทางการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการ โดยเน้นการเปลี่ยนบทบาทจาก "ผู้สอน" (Teaching) เป็น "โค้ชและพี่เลี้ยง" (Coaching and Mentoring) เพื่อผลักดันให้นักศึกษาก้าวข้ามการเป็นเพียงผู้สมัครงาน (Job Seeker) สู่การเป็นผู้สร้างงาน (Job Creator) ผ่านรูปแบบการเรียนรู้แบบ

EO Learning (Active & Collaborative Learning) หัวใจสำคัญคือการนำเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) มาใช้ในการบูรณาการความรู้ โดยให้นักศึกษาลงมือปฏิบัติจริง ทำงานเป็นทีม และเข้าร่วมการแข่งขันในระดับคณะ แม้จะเป็นวิชาที่มีเพียง 1 หน่วยกิต แต่สามารถสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความคิดเชิงนวัตกรรมให้แก่นักศึกษาทั้งจากสาขาการจัดการโรงแรมและวิศวกรรมศาสตร์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

1. ที่มาและความสำคัญ

การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดบริบทดังนี้:

* วิสัยทัศน์: สอดคล้องกับเป้าหมายของคณะและมหาวิทยาลัยที่ต้องการพัฒนา "กำลังคนมืออาชีพ" และ "ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล"

* กลุ่มเป้าหมาย: นักศึกษาส่วนใหญ่ (95%) มาจากสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ และอีกส่วนหนึ่ง (5%) เป็นนักศึกษาจากคณะวิศวกรรมศาสตร์

* โจทย์สำคัญ: การผสมผสานความรู้ระหว่างนักศึกษาที่มีพื้นฐานต่างกัน (เช่น การตลาด/บัญชี ของฝั่งโรงแรม เทียบกับความรู้เชิงเทคนิคของฝั่งวิศวกรรม) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนไอเดียธุรกิจ

2. โมเดลการเรียนรู้และวิธีการสอน

การเรียนการสอนยึดหลัก EO Learning ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก:

2.1 การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning)

* เน้นการลงมือปฏิบัติ (Learning by Doing)

* การทำงานร่วมกันเป็นทีม (Teamwork) เพื่อระดมสมองสร้างแผนธุรกิจ

2.2 การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning)

* การใช้ BMC (Business Model Canvas): ให้นักศึกษาสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านแผนธุรกิจ 9 ช่อง

* การแก้ปัญหาจริง: นักศึกษาต้องเผชิญกับโจทย์ทางธุรกิจและรับฟังคำแนะนำ (Feedback) จากอาจารย์ผู้สอนเพื่อปรับปรุงไอเดีย

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน

กระบวนการจัดการเรียนการสอนถูกแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอนหลัก ดังนี้:

ขั้นตอน กิจกรรมหลัก

1. วิเคราะห์รายวิชากำหนดผลลัพธ์ให้ได้แนวคิดธุรกิจในรูปแบบ BMC โดยเชื่อมโยงกับความสนใจของนักศึกษา

2. Active Learningอาจารย์ลงพื้นที่ประกบแต่ละกลุ่มในชั้นเรียน เพื่อ "หยอดไอเดีย" และกระตุ้นการแลกเปลี่ยนข้อมูล

3. Collaborative Learningแบ่งกลุ่มทำงานร่วมกัน (เฉลี่ยกลุ่มละ 9 คน) เพื่อฝึกทักษะการบริหารจัดการทีม

4. การโค้ชและการนำเสนอตรวจสอบผลงานและให้คำแนะนำรายกลุ่ม รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิดเชิงทฤษฎี

5. การแข่งขัน (Business Day) ส่งผลงานเข้าประกวดในระดับคณะ เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและเห็นภาพการทำงานจริง

6. สรุปบทเรียนประเมินผลและสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ในคาบสุดท้ายหลังการนำเสนอ

4. ผลลัพธ์และการบรรลุเป้าหมาย

* ทักษะผู้ประกอบการ: นักศึกษามีทักษะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาวิศวกรรมศาสตร์ที่ได้เรียนรู้หลักการ STP (Segmentation, Targeting, Positioning) และพื้นฐานบัญชี

* ผลงานเชิงรูปธรรม: เกิดแผนธุรกิจ BMC ทั้งหมด 9 กลุ่ม จากนักศึกษาทั้งหมด 86 คน

* การยอมรับในระดับคณะ: มีกลุ่มตัวแทนนักศึกษาส่งผลงานเข้าประกวดในงาน Business Day 2026 แม้ไม่ได้รับรางวัลชนะเลิศแต่ได้รับประกาศนียบัตรและการตอบรับที่ดีในเชิงการมีส่วนร่วม (ยอดไลก์และแชร์)

* การถ่ายทอดความรู้: เกิดการแลกเปลี่ยนแนวทางการสอนระหว่างอาจารย์ภายในสาขาและคณะ

5. ปัจจัยสู่ความสำเร็จและแนวทางการพัฒนาในอนาคต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

1. การปรับเปลี่ยนบทบาทผู้สอน: การเปลี่ยนจากผู้บรรยายหน้าชั้นมาเป็น Mentor/Coach ที่เข้าถึงกลุ่มนักศึกษาได้โดยตรง

2. ตัวอย่างที่จับต้องได้: การใช้กรณีศึกษาจริง เช่น ร้าน "สถานีมีหอย" เพื่ออธิบายเรื่อง Value Proposition หรือการใช้ตัวอย่าง "ยาทำใจ" เพื่ออธิบายสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

3. เวทีแสดงความสามารถ: การมีกิจกรรมประกวดแข่งขันช่วยกระตุ้นความกระตือรือร้นของนักศึกษา

ข้อเสนอแนะและแนวทางในอนาคต

* การเชิญผู้ประกอบการจริง: การนำศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ (เช่น ผู้ทำธุรกิจโคเรียดอง) มาแชร์ประสบการณ์จะช่วยจุดประกายให้นักศึกษาเห็นภาพได้ชัดเจนกว่าทฤษฎี

* ข้อจำกัดด้านสัดส่วน: จำนวนนักศึกษา 80-90 คนต่ออาจารย์ 1 คน ทำให้การดูแลอาจไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร หากลดขนาดกลุ่มลงจะเพิ่มประสิทธิภาพได้มากขึ้น

* ความต่อเนื่องของหลักสูตร: การต่อยอดจากวิชา 1 หน่วยกิตไปสู่รายวิชาชีพที่มีน้ำหนักมากขึ้น จะช่วยให้ผลงานพัฒนาไปสู่ระดับนวัตกรรมที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้จริง

6. ข้อมูลเชิงลึกจากการจัดการเรียนการสอน

"การที่เรามอบคุณค่าที่อธิบายไป... อาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ เช่น การยกตัวอย่างธุรกิจ 'สถานีมีหอย' ที่เป็นร้านบุฟเฟต์... Value Proposition คืออาหารทะเลที่สดมาก และการนำเสนอที่ร้านอื่นไม่มี สิ่งนี้ช่วยให้เด็กเข้าใจการหยอดข้อมูลในช่อง BMC ได้ถูกต้องขึ้น"

"เปลี่ยนจากการ Teaching การสอนปกติ ให้มาเป็น Coaching Mentor... เด็กจะรู้สึกไม่กลัวเรา กล้าคุย... นำไปสู่การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการที่ดียิ่งขึ้น"

ผู้เข้าแข่งขันลำดับที่ 5 ดร.นรเศรษฐ ศรีธานี นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

<u>ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ</u>: การบูรณาการวิชาการเงินสู่ความเป็นผู้ประกอบการ

หลักสูตรวิชาหัวข้อพิเศษทางการเงิน (Special Topics in Finance) มีวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา โดยการปรับเปลี่ยนจากการเรียนทฤษฎีตัวเลขเพียงอย่างเดียวไปสู่การประยุกต์ใช้ความรู้ทางการเงินในสถานการณ์ธุรกิจจริง กระบวนการเรียนการสอนเน้นการทำงานร่วมกันของคณาจารย์ทั้งสาขาเพื่อออกแบบเนื้อหาที่บูรณาการศาสตร์ด้านการตลาด นวัตกรรม และการจัดการ เข้ากับความแข็งแกร่งด้านการวิเคราะห์ตัวเลขของนักศึกษาการเงิน

หัวใจสำคัญของรายวิชานี้คือการใช้แนวคิด Design Thinking และ Build-Measure-Learn เพื่อให้นักศึกษาสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำซ้อนกับตลาดเดิม พร้อมทั้งการส่งเสริม Growth Mindset (GR

Mindset) เพื่อให้นักศึกษาพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยง ผลลัพธ์ที่โดดเด่นคือการที่นักศึกษาสามารถนำข้อมูลจากการลงพื้นที่จริง เช่น การเยี่ยมชมโรงงานและสถาบันการเงิน มาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจได้อย่างแม่นยำ จนนำไปสู่การสร้างรายได้ระหว่างเรียนและการก่อตั้งธุรกิจจริงหลังจบการศึกษา

1. แนวคิดและการออกแบบกระบวนการจัดการเรียนการสอน

รายวิชานี้ไม่ได้ถูกออกแบบโดยอาจารย์เพียงท่านเดียว แต่เป็นผลผลิตจากการระดมความคิดของคณาจารย์ทั้งสาขาวิชาการเงิน เพื่อให้เกิดความหลากหลายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของคณะ

การบูรณาการหลากมิติ (Multidisciplinary Integration)

นักศึกษาจะได้เรียนรู้ตามลำดับขั้นตอนเพื่อสร้างพื้นฐานธุรกิจที่แข็งแกร่ง ดังนี้:

* การสร้างนวัตกรรม: ใช้แนวคิด Design Thinking เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไปในท้องตลาด

* โมเดลธุรกิจ: ใช้ Business Model Canvas (BMC) โดยเน้นที่ Value Proposition หรือการส่งมอบคุณค่าที่ตอบโจทย์ลูกค้า

* กลยุทธ์การตลาด: เรียนรู้เรื่องการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) และการตั้งราคา

* การวิเคราะห์ทางการเงิน: เมื่อได้โมเดลธุรกิจที่ชัดเจน นักศึกษาจึงนำความรู้ทางการเงินมาประยุกต์ใช้ในการประมาณการเงินทุน การบริหารเงินทุน และการประเมินความคุ้มค่าของการลงทุน (ROI)

2. รูปแบบการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning)

เพื่อให้ตัวเลขทางการเงินมีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด รายวิชาได้กำหนดให้นักศึกษาสวมบทบาทเป็น "เจ้าของธุรกิจ" ผ่านโมเดลการเรียนรู้ดังนี้:

วัฏจักร Build-Measure-Learn

1. Build: สร้างธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)
2. Measure: นำไปทดสอบเพื่อดูผลตอบรับ (Feedback) และผลกระทบ (Effect)
3. Learn: นำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

การเรียนรู้จากสถานประกอบการจริง

การพาภาคสนามมีบทบาทสำคัญในการทำให้ภาพทฤษฎีชัดเจนขึ้น:

* ด้านการจัดการการผลิต: การศึกษาดูงานที่ "ไทยเดนมาร์ค" ช่วยให้นักศึกษาเห็นมูลค่าที่แท้จริงของทรัพย์สิน เช่น เครื่องจักรที่มีราคาสูงถึงหลักร้อยล้านบาท ซึ่งส่งผลต่อการลงข้อมูลทางการเงินที่สมจริง

* ด้านความยั่งยืน: การศึกษาดูงานที่ศูนย์ปราชญ์ความพอเพียง เพื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

3. ความร่วมมือและเครือข่ายสนับสนุน (Collaboration & Partnerships)

ความสำเร็จของรายวิชาเกิดจากการเปิดรับมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญภายนอกและสหวิทยาการ:

กลุ่มเครือข่ายบทบาทและหน้าที่

ธนาคารเกียรตินาคิน บรรยายพิเศษเรื่องการตั้งธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการบริหารการเงิน

คณาจารย์ระหว่างสาขา ร่วมเป็นคณะกรรมการประเมินผลงานและให้มุมมองที่หลากหลาย

บุคคลภายนอก/เจ้าของธุรกิจ ให้ข้อเสนอแนะในฐานะผู้มีประสบการณ์ตรงและการให้คะแนนการออกร้าน

4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จและผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม

ปัจจัยที่ส่งเสริม (Key Success Factors)

* Growth Mindset (GR Mindset): ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

* ความสามารถในการปรับตัว: การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจและบริหารความเสี่ยง

* การโค้ชชิ่ง (Coaching): ความร่วมมือของทีมโค้ชจากทั้งภายในและภายนอกสาขา

ผลลัพธ์และตัวอย่างความสำเร็จ

* นวัตกรรมที่โดดเด่น: กรณีศึกษานักศึกษาที่คิดค้นอุปกรณ์วัดคุณภาพการนอนที่ฝังในหมอนแทนการสวมใส่ (Smart Pillow) โดยมีการหาข้อมูลถึงโรงงานผลิตจริง (OEM) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิต

* รายได้และการประกอบอาชีพ: จากการสำรวจนักศึกษาจำนวน 48 คน พบว่ามี 4 คน (คิดเป็นประมาณ 8.3%) ที่สามารถต่อยอดความรู้ไปทำธุรกิจส่วนตัวจริง และบางส่วนมีรายได้ระหว่างเรียน

* ทักษะที่ครบถ้วน: นักศึกษาไม่ได้มีความรู้แค่ "ตัวเลข" แต่เข้าใจ "ภาพรวมธุรกิจ" ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานของความเป็นจริง

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในสายงานการเงินจำเป็นต้องอาศัยการ "รู้รอบ" ไม่ใช่เพียงแค่ทักษะทางเทคนิค (Technical Skills) เท่านั้น การบูรณาการศาสตร์ด้านการตลาด การจัดการ และนวัตกรรมเข้าด้วยกัน จะช่วยให้นักศึกษาสามารถมองเห็นโอกาสและข้อจำกัดของธุรกิจได้อย่างลึกซึ้ง ส่งผลให้การเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นไปได้อย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง ดังที่วิทยากรได้กล่าวสรุปว่า "การเป็นผู้ประกอบการนั้น ไม่ใช่แค่ความรู้ทางการเงินอย่างเดียว นักศึกษาต้องรู้รอบด้านอื่นประกอบกันด้วย"

ผู้เข้าแข่งขันลำดับที่ 6 ผศ.ดร.ภูริณัฐ ยมกนิษฐ์ นำเสนอผลงานและตอบข้อซักถาม

ถอดบทเรียนสรุปสาระสำคัญ:การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลด้วยโมเดลบูรณาการ PDCA และ CREATE

สรุปแนวทางและผลลัพธ์ของโครงการ "การจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการตามวงจร PDCA ผ่าน CREATE เพื่อพัฒนานักศึกษาสู่ผู้ประกอบการยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน" โดยสาขาวิชาการตลาด โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดทักษะเชิงปฏิบัติและแนวคิดเชิงผู้ประกอบการของนักศึกษาในระบบการศึกษาแบบเดิม โดยเปลี่ยนผ่านไปสู่การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงทฤษฎีเข้ากับสถานการณ์จริงในโลกธุรกิจ

หัวใจสำคัญคือการใช้โมเดล "CREATE + PDCA: Bridge to Impact" ซึ่งเป็นการบูรณาการรายวิชาหลัก 3 รายวิชา (เทคนิคการนำเสนอ, ปฏิบัติการการตลาดเชิงกิจกรรม และความสม่ำเสมอในการเป็นผู้ประกอบการ) เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม (Tangible Outcomes) อาทิ การสร้างแบรนด์สินค้าที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ การชนะการประกวดระดับชาติ และการผลิตสื่อดิจิทัลที่สร้างยอดขายได้จริงให้กับ

ผู้ประกอบการ แนวทางนี้ไม่เพียงแต่พัฒนาสมรรถนะของนักศึกษา แต่ยังสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านการทำงานร่วมกับชุมชนและภาคอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ

1. บริบทและความจำเป็นเชิงกลยุทธ์

จากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจดิจิทัลและโครงสร้างอุตสาหกรรมในปัจจุบัน สาขาวิชาการตลาดพบประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนา ดังนี้:

* ช่องว่างทางทักษะ: นักศึกษาส่วนใหญ่ขาดทักษะเชิงปฏิบัติ (Practical Skills) และแนวคิดเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset)

* ข้อจำกัดของการเรียนแบบเดิม: การเรียนการสอนในห้องเรียนมักไม่เชื่อมโยงกับตลาดจริง ทำให้ผลลัพธ์การเรียนรู้วัดผลเชิงประจักษ์ได้ยาก

* ความต้องการของภาคอุตสาหกรรม: ตลาดแรงงานต้องการบัณฑิตที่มีสมรรถนะทางดิจิทัล สามารถวิเคราะห์และสร้างคุณค่าเชิงธุรกิจได้ทันที

2. กรอบแนวคิดและโมเดลการขับเคลื่อน (CREATE + PDCA)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการสร้างนักปฏิบัติและผู้ประกอบการ โครงการได้พัฒนาโมเดล CREATE ขึ้นมาเพื่อใช้ควบคู่กับวงจร PDCA และแนวคิด Outcome-Based Education (OBE) โดยมีรายละเอียดดังนี้:

<u>องค์ประกอบของโมเดล CREATE</u>

อักษรย่อ	องค์ประกอบ	รายละเอียดการดำเนินงาน
C	Conceptual Foundation	การปูรากฐานทฤษฎีการตลาดที่จำเป็น
R	Real World Learning	การเรียนรู้จากสถานการณ์และโจทย์จริงจากสถานประกอบการ
E	Entrepreneurial Competency	การพัฒนาสมรรถนะ เช่น เทคนิคการนำเสนอและแผนธุรกิจ
A	Advancement	การยกระดับศักยภาพผ่านการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)
T	Tangible Outcome	ผลลัพธ์ที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ต้นแบบหรือยอดขายจริง
E	Expansion	การต่อยอดผลงานสู่การแข่งขันหรือการประกอบธุรกิจจริง

<u>การบูรณาการร่วมกับ PDCA</u>

* Planning: ออกแบบกิจกรรมและกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (CLO) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

* Doing: ลงมือปฏิบัติผ่านการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experimental Learning) โดยนักศึกษาเป็นผู้สร้างการเรียนรู้ด้วยตนเอง

* Checking: ประเมินผลจากชิ้นงาน การนำเสนอ และการยอมรับจากผู้ประกอบการภายนอก

* Acting: วิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนเพื่อต่อยอดสู่ความยั่งยืน

3. กลยุทธ์การบูรณาการรายวิชา

โครงการได้เชื่อมโยง 3 รายวิชาหลักเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการทำงานที่ครบวงจร:

1. วิชาเทคนิคการนำเสนอ: เน้นการสื่อสารโดยใช้ดิจิทัลและ AI (เช่น การใช้ AI เจนภาพและเนื้อหา) เพื่อสร้างคอนเทนต์ออนไลน์ที่จูงใจกลุ่มเป้าหมาย

2. วิชาปฏิบัติการการตลาดเชิงกิจกรรม: ให้นักศึกษาลงพื้นที่วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดในวิสาหกิจชุมชน และนำข้อมูลมาพัฒนาแผนธุรกิจ

3. วิชาความพึงพอใจ/ความหมายความเป็นผู้ประกอบการ: นักศึกษาพัฒนาแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) และสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) พร้อมทดลองตลาดจริงผ่านการไลฟ์สด

4. ผลลัพธ์เชิงประจักษ์และความสำเร็จ

การดำเนินงานตามโมเดลดังกล่าวส่งผลให้เกิดความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในหลายมิติ:

* ความสำเร็จในเชิงธุรกิจ:

* นักศึกษาสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ "ยาหม่องแบบสติ๊ก" จนได้รับรางวัล 50,000 บาทเพื่อต่อยอดธุรกิจ และปัจจุบันสามารถส่งออกสินค้าไปจำหน่ายที่ประเทศญี่ปุ่นได้สำเร็จ

* การสร้างเพจและผลิตคลิปวิดีโอแนวตั้งให้กับแบรนด์ "กะทิ" (Kati) จนสามารถเพิ่มยอดขายได้จริง

* การยอมรับในระดับชาติ:

* นักศึกษาได้รับรางวัลจากการประกวดร่วมกับบริษัท CP จำนวน 3 รางวัล

* ทีมนักศึกษาผ่านเข้ารอบ Top 10 ในโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการ

* ผลงานทางวิชาการและสังคม:

* การตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสาร TCI กลุ่ม 2 จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเกิดจากการบูรณาการงานวิจัยพื้นฐานจากชุมชน

* การสร้างช่องทางสื่อสารออนไลน์ของสาขาที่มีผู้ติดตามหลักหมื่นคน

5. การพัฒนาอาจารย์และการบริการวิชาการ

เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ ผู้สอนได้มีการพัฒนาตนเองและขยายผลสู่ภายนอก ดังนี้:

* การอัปเดตทักษะสมัยใหม่: อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการอบรมในด้าน Personalized Marketing, Digital Marketing, การใช้ AI อย่างมีจริยธรรม และ Entrepreneurial Mindset

* การบริการวิชาการ: นำโมเดลการเรียนการสอนไปเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่บุคคลภายนอก เช่น กลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี และการทบนทวนแผนสังคมในจังหวัดกาญจนบุรี

* การถ่ายทอดองค์ความรู้ (Mentoring): มีการส่งต่อแนวคิดและวิธีการสอนให้กับอาจารย์รุ่นใหม่ (เช่น กรณีอาจารย์โอปอล์) จนสามารถสร้างผลงานการจัดกิจกรรมดนตรีและศิลปะที่มีประสิทธิภาพ

6. บทสรุปและทิศทางในอนาคต

ความสำเร็จของโมเดลนี้พิสูจน์ให้เห็นว่าการเปลี่ยนห้องเรียนให้เป็น "พื้นที่สร้างคุณค่า" สามารถทำได้จริงผ่านการบูรณาการที่เป็นระบบ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่ช่วยให้นักศึกษามีสมรรถนะพร้อมทำงานในยุคดิจิทัล แต่ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อภาคอุตสาหกรรมและชุมชน โครงการนี้ถือเป็น Best Practice ที่สามารถขยายผลสู่รายวิชาอื่นๆ และเป็นรากฐานในการผลิตกำลังคนคุณภาพที่เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างยั่งยืน